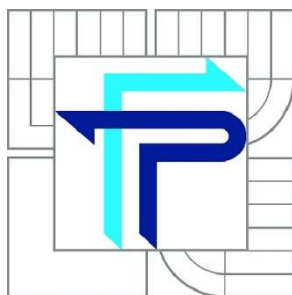


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF ECONOMICS

## PODNIKATELSKÝ PLÁN – AUKČNÍ PORTÁL NEBANKOVNÍCH ÚVĚŘŮ V ČESKÉ REPUBLICE

AUCTION PORTAL WITH NON-BANKING LOANS IN THE CZECH REPUBLIC

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTERS'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

BC.MAREK HADAČ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. TOMÁŠ HERALECKÝ, Ph.D.

BRNO 2013

# **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

---

**Hadač Marek, Bc.**

---

Podnikové finance a obchod (6208T090)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

**Aukční portál nebankovních úvěrů v České Republice**

v anglickém jazyce:

**Auction Portal with Non-banking Loans in The Czech Republic**

Pokyny pro vypracování :

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KAPLAN, M. a J. ZRNÍK. Firemní nákup a e-aukce. Praha: Grada Publishing, 2007, 280s. ISBN 978-80-247-2002-9.

KORÁB, V. a kol. Podnikatelský plán. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

ŠIMÁNKOVÁ, J. a P. SYROVÝ. Jak na úvěry. Praha: ASPI, 2004. ISBN 80-7357-015-7.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

---

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.

Ředitel ústavu

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.

Děkan fakulty

V Brně, dne 31.12.2013

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá podnikatelským záměrem internetového aukčního portálu s nebankovními půjčkami. Náplní práce je na základě finančního plánu a finanční analýzy navrhnout funkční systém, který bude realizovatelný v praxi. V teoretické části se zabývám analýzou internetových aukcí, ale také legislativou spotřebitelských smluv a úvěrů. V praktické části pak praktickým srovnáním trhu a návrhu řešení podnikatelského plánu.

## **Abstact**

This thesis delas with the business plan of the internet auction portal with non banking loans. The main aim of the thesis is on the base of financial plan and financial alalysis design functional system which would be realizable in practise. In theoretical part I deal with internet auctions and also legislation of consumers contracts and loans. In practical part comparing the loan market and proposal of business solution.

## **Klíčová slova**

Nebankovní půjčky, spotřebitelské smlouvy, internetové aukce, podnikatelský plán, finanční analýza

## **Key words**

Non.banking loans, consumers contracts, internet auctions, business plan, financial analysis

### **Bibliografická citace mé práce:**

HADAČ, M. *Aukční portál nebankovních úvěrů v České Republice*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 93 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D..

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých zdrojů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č.121/2000 Sb.,o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 30.12.2013

.....

## **Poděkování**

Rád bych poděkoval panu Ing. Tomáši Heraleckému Ph.D. za jeho odborné vedení, cenné připomínky a rady, kterými přispěl k tvorbě mé diplomové práce. Také bych rád poděkoval své rodině a přítelkyni za podporu během celé doby mého studia.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>1. VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE.....</b>	<b>11</b>
1.1 Cíle práce .....	12
<b>2. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE.....</b>	<b>13</b>
2.1 Podnikatelský záměr .....	13
2.1.1 Příprava podnikatelského plánu.....	14
2.1.2 Podnikatelský plán.....	16
2.2 Analýza trhu a prostředí .....	20
2.2.1 Analýza SLEPTE.....	20
2.2.2 Analýza SWOT .....	21
2.2.3 Marketingový mix .....	21
2.3 Měření efektivnosti investice .....	22
2.3.1 Cash Flow.....	22
2.3.2 Doba návratnosti investice .....	22
2.3.3 Čistá současná hodnota.....	23
2.3.4 Bod zvratu.....	24
2.4 Spotřebitelské úvěry.....	24
2.4.1 Rozdíl mezi úvěrem a půjčkou .....	24
2.4.2 Novela zákona o spotřebitelském úvěru.....	25
2.4.3 Novela občanského zákoníku .....	26
2.4.4 Orgány ochrany spotřebitele .....	28
2.5 Elektronické aukce .....	29
2.5.1 Přednosti a nevýhody aukcí .....	29



2.5.2	<i>Důležité pojmy z aukčního prostředí</i>	30
<b>3.</b>	<b>ANALYTICKÁ ČÁST</b>	<b>32</b>
3.1	Zadlužování populace	32
3.1.1	<i>Důvody zadlužování se</i>	33
3.1.2	<i>Pohled obyvatelstva na zadlužování</i>	33
3.2	Analýza obecného okolí SLEPTE	36
3.3	SWOT analýza	41
3.4	Marketingový mix	46
3.5	Srovnání trhu nebankovních úvěrů	48
3.6	Dotazníkové šetření	51
<b>4.</b>	<b>VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ</b>	<b>56</b>
4.1	Volba právní formy podnikání	56
4.2	Popis podniku	58
4.3	Finanční plán	61
4.3.1	<i>Tržby</i>	65
4.3.2	<i>Doba návratnosti</i>	71
4.4	Hodnocení rizik	73
4.5	Zhodnocení investice	77
	<b>ZÁVĚR</b>	<b>78</b>
	<b>POUŽITÉ ZDROJE</b>	<b>80</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	<b>86</b>

## ÚVOD

Důvod proč jsem zvolil toto téma, je, že se dlouhodobě zajímám o finanční sféru, ale také jsem se během své pracovní praxe setkal se spoustou lidí, kteří díky velmi přísným kritériím našich bankovních institucí nedosáhli na bankovní úvěr a byli nuceni zkusit nebankovní společnosti. Právě na trhu nebankovních společností funguje spousta nepoctivých společností, které lidem nepomůžou, ba naopak jejich problémy ještě dále prohloubí. Jelikož pracuji jak s lidmi, kteří peníze poptávají, tak s lidmi, kteří peníze naopak mají, mnohokrát mě napadla myšlenka jak využít obě dvě strany tak, aby byli všichni spokojeni a za zprostředkování inkasovat odměnu. Aukční portál nebankovních půjček je řešením. Jedná se o velmi jednoduchou a v praxi zajímavou alternativu klasického půjčování finančních prostředků. Systém se dá navíc do budoucna aplikovat za účelem financování větších projektů a nejenom osobních půjček. Pozitivní ohlas měl projekt ze strany investorů. Denně potkávám lidi, kteří mi říkají, že kdyby věděli o zajímavé investici se slušným zhodnocením, tak by neváhali a zkusili by investici, byť menší částku v počátku. V praktické části této práci rozeberu trh s nebankovními půjčkami, kde zjistím, zda má projekt reálnou šanci v konkurenčním prostředí. Na základě statistik o zadlužování české populace trh s nebankovními půjčkami stále roste. Díky dotazníkovému šetření zjistím, co lidi nejvíc zajímá při poskytování úvěrů a půjček. Finanční plán pak dokládá atraktivitu tohoto podnikatelského záměru, kdy společnost dosahuje kladných výsledků hospodaření ať při pesimistické, realistické či optimistické variantě.

Díky poměrně jednoduchému principu se dá stejný postup aplikovat i mimo území České republiky. Mou vizí je službu následně rozšířit za hranice, kdy nejlepší předpoklad a nejmenší bariéry vstupu má Slovensko.

# 1. VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE

Tématem diplomové práce je založení podnikatelského subjektu za účelem zprostředkování nebankovních půjček formou aukčního portálu, kdy si lidé půjčují mezi sebou, a aukční portál zastává roli zprostředkovatele, který má za úkol prověřit jak žadatele, tak i poskytovatele, aby měly obě strany relevantní informace k celé transakci. Téma bylo zvoleno na základě osobních zkušeností s danou problematikou, ale také zkušenostmi nabytými při studiu na Fakultě podnikatelské VUT v Brně. Výstupem této práce by měl být návrh podnikatelského plánu, včetně teoretických východisek, které souvisí s vypracováním analytické části, zejména pro použití analýz okolí podniku, obecné právní náležitosti podnikání, možná úskalí podnikání, volbou cílových zákaznických skupin a strategie jejich oslovování, finanční a rizikové zhodnocení projektu. Hlavním výstupem práce by mělo být využití mezery na trhu a oslovení vhodné skupiny cílových zákazníků, formulování hlavních cílů podnikání, ale také zhodnocení negativních vlivů, které by mohly podnikatelský projekt ohrozit. Důkaz je kladen a reálnost a praktické využití v podnikatelské praxi.

Práce je rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické. V teoretické části se chci zaměřit nejenom na samotné podnikání, kde rozeberu všechny náležitosti správného podnikatelského plánu, ale také úskalí, které čekají na začínající podnikatele, na základě kterých je možné adekvátně zhodnotit, jestli je člověk schopný v daném oboru podnikat. Dále se v teoretické části objevují definice a vysvětlení analýz, které v práci využívám. Pro návrh marketingových aktivit vysvětlím hlavní používané pojmy a nové trendy. Jelikož se jedná o poměrně složité odvětví, rozhodl jsem se podrobněji prozkoumat i nejnovější změny v legislativě. Další zajímavou částí je právní úprava elektronických aukčních portálů a také pojmy z tohoto prostředí. V neposlední řadě nemůžu opomenout teorii pro finanční část a pro analýzu rizik, která pomůže se zhodnocením podnikání pro reálné využití.

V praktické části se zaměřím na průzkum trhu a veřejného mínění, abych zjistil, jaké panují podmínky na trhu, ale abych získal informace k možnosti vstupu na trh. Za pomoci analýz vnějšího a vnitřního okolí podniku chci definovat prostředí obklopující nově vznikající společnost a jaké jsou silné a slabé stránky projektu. Následně na

všechny předchozí analýzy je vytvořen praktický návrh podnikatelského plánu, jsou stanoveny hlavní konkurenční výhody, nastaveny marketingové aktivity, zhodnoceny finance a rizika spojená s projektem. Z výsledků je stanoven závěr a vypracováno doporučení podnikání z hlediska reálnosti využití.

## **1.1 Cíle práce**

Hlavní cíl práce je vypracování podnikatelského záměru pro vytvoření a provozování aukčního portálu zprostředkovávající nebankovní půjčky

Dílčí cíle vycházející z hlavního cíle diplomové práce:

- Zpracování analýz
- Návrh marketingového plánu
- Finanční plán
- Zhodnocení rizik
- Zhodnocení reálného využití záměru

## 2. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

V prvotní fázi je zapotřebí uvést základní pojmy, se kterými se během této práce setkáme a na jejichž základě bude následně zpracován samotný podnikatelský záměr včetně analýz okolí či samotného podnikatelského záměru.

### 2.1 Podnikatelský záměr

Základní otázku, kterou by si měl každý položit, před tvorbou podnikatelského záměru je, čeho chce svým podnikatelským záměrem dosáhnout. V jakém odvětví chceme podnikat, jaká by měla být právní a organizační struktura, ale i čeho bychom chtěli svým podnikáním dosáhnout, abychom mohli již v počátcích naše podnikání správně nastavit pro budoucí úspěch. Podnikání není jen o honbě za materiálním zajištěním. Spousta lidí podniká za účelem vlastní seberealizace. Je těžké dělat něco jen kvůli vidině finančních prostředků. Pokud se podíváme na nejbohatší lidi světa, tak jen málo z nich svou práci dělá kvůli penězům, jelikož ne každý podnikatel generuje zisky ihned po startu své podnikatelské dráhy, je třeba počítat i s nemalými náklady na počátku. Proto také většina podnikatelských subjektů nepřežije první rok své existence, protože nezvládnou generovat potřebné zisky k tomu, aby je podnikání uživilo.

Vyjasněním podnikatelského záměru v prvních fázích založení podniku nám pomůže lépe odhalit silné a slabé stránky podnikání. Často taky umožní předcházet riziku možného neúspěchu na počátku života firmy. Nezbytnou částí podnikatelského záměru je vymezení výrobků nebo služeb, které by chtěla firma nabízet, určení vhodného trhu a potenciálních zákazníků, ale taky zmapování konkurence. Při tvorbě podnikatelského záměru firmy je také nutné zvážit kapitálovou náročnost podnikání a možné způsoby, jak financovat svoje plány při nedostatku vlastních finančních prostředků. Mnoho začínajících podnikatelů se bezhlavě pouští do svých plánů bez předem stanovených cílů a ani neví, co vlastně očekává. Teprve až všechny svoje záměry podnikatel sepíše a své a má je přehledně před sebou, zjistí, že některé plány jsou pouhým přáním a vysněnou představou.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> VEBER, Jaromír. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 304 s. ISBN 80-247-1069-2. str. 56

### 2.1.1 Příprava podnikatelského plánu

Podniky lze rozdělit do tří, respektive čtyř skupin. Jsou to mikro podniky, malé, střední a velké podniky. V této práci se na základě podnikatelského plánu, který je popsán v praktické části věnuji mikro podnikům. Rozdělení podniků na malé a střední má své vlastní kvalitativní a kvantitativní vymezení.

#### Kvalitativní vymezení<sup>2</sup>

Kvalitativní kritéria slouží hlavně k tomu, abychom malé a střední podniky dokázaly oddělit od podniků velkých..Mezi tyto kritéria řadíme hlavně:

- **osobnost podnikatele**
- **styl vedení**
- **místo na trhu**
- **organizační struktura**
- **podniková kultura**

**Osobnost podnikatele** zcela individuální záležitost obzvláště charakteru a zkušeností každého jedince. V malém podniku podnikatele nejčastěji charakterizuje jeho přímá osobní zainteresovanosti na všem, co se v okolí podniku děje.

**Způsob vedení** většinou bývá jednotný u malých a středních podniků. To je způsobeno ve většině případů především tím, že valná většina podniků je majetkem jedné osoby, rodin či partnerů.

**Pozici na trhu** si malé a střední podniky většinou velmi tvrdě dobývají a hlavním faktorem, který má na podíl vliv jsou vazby mezi zákazníky a managementem respektive ve většině případů podnikatelem samotným. Malé podniky se ve většině případů snaží vyplnit mezeru na trhu, který je buďto specifický nebo pro velké hráče méně atraktivní.

---

<sup>2</sup> FOTR, J. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 1. vyd. s.246

**Podniková kultura** je u malých a středních podniků specifická. Většinou se zakládá na přátelských či rodinných vazbách a tudíž je velmi často ovlivněna emocemi a není založena na pevných zásadách a pracovních vztazích jako tomu bývá u velkých společností s větší pracovní a organizační strukturou.,

**Organizační struktura** malých a středních podniků je ucelený komplet a disponuje většinou jen velmi malým stupněm rozdělení vedení, tudíž k uplatňování formálních vztahů dochází minimálně.<sup>3</sup>

### **Kvantitativní vymezení<sup>4</sup>**

Zde lze využít vymezení malých a středních podniků, které zformulovala Evropská komise 2003/361/EC z 6. 5. 2003. Metodika kategorizace podniků využívá následující kvantitativní vymezení:

- počet pracovníků
- roční obrát
- hodnota aktiv

Podniky se dle výše uvedených kritérií dělí následovně :

**Tabulka 1: Popis podniků**

typ podniku	<b>mikropodnik</b>	<b>malý podnik</b>	<b>střední podnik</b>
počet pracovníků	> 10 pracovníků	> 50 pracovníků	> 250 pracovníků
roční obrát	> 2 mil. EUR	> 10 mil. EUR	> 50 mil. EUR
hodnota aktiv	> 2mil. EUR	> 10 mil. EUR	> 50 mil. EUR

*Zdroj: SRPOVÁ, Jitka. Podnikatelský plán a strategie. s. 8.*

---

<sup>3</sup> SVOZILOVÁ, A. *Projektový management*. 1. vyd. 2006. S.171

<sup>4</sup> tamtéž

### 2.1.2 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné. Vnitřní a vnější okolnosti související s podnikatelskou činností. Obsah podnikatelského plánu není závazně stanovený. Každá finanční instituce či investor mají odlišné požadavky na strukturu a rozsah podnikatelského plánu.<sup>5</sup> V následujících bodech se pokusím shrnout základní požadavky podnikatelských záměrů.

- Stručnost a přehlednost plánu ( neměla by přesáhnout 50 stran )
- Měl by se orientovat na budoucnost, pokusit se predikovat očekávaný vývoj jak ve svém odvětví, tak i v celém tržním hospodářství
- Najít si svůj vlastní přínos pro trh, podnik by měl vstoupit s jasnou vizí proč by zrovna on měl mít šanci na úspěch
- Snažit se realisticky nastínit možný budoucí vývoj, nebýt příliš optimistický ani pesimistický, případní investoři pravděpodobně budou mít přehled o daném trhu, tudíž se snažit působit věrohodně
- V jednoduchosti je síla, nezasahovat příliš do detailů, potencionální investory zajímají čísla, ne technické parametry výrobků či služeb
- Jasně definovat organizační strukturu případně vazbu mezi lidmi, kterých se projekt týká, aby později nedošlo k vnitropodnikovým neshodám
- Přesně definovat možnosti pro investory, tzn. kolik chceme a co přesně za ně investor dostane, není nic horšího, než nevědět, co vlastně po kom chceme<sup>6</sup>

### Shrnutí

Shrnutí, v některých publikacích označováno také jako exekutivní souhrn, patří mezi nejdůležitějších částí podnikatelského záměru. Jedná se o stručný souhrn - konkrétně ta část, na základě které se případný investor rozhoduje, zda bude číst dál. Má za úkol vzbudit zvědavost u jeho uživatele. Účel této části je tedy zaujmout pozornost a nalákat k přečtení dalších kapitol.<sup>7</sup> Proto by mělo být shrnutí napsané

---

<sup>5</sup> SRPOVÁ, J.. *Podnikatelský plán*. 1.vyd.2007. str. 11

<sup>6</sup> STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. 2007, s.99

<sup>7</sup> VEBER, Jaromír, SRPOVÁ, Jitka. *Podnikání malé a střední firmy*.s. 92.



tak, aby se dalo rychle a jednoduše přečíst, snadno pochopit a stručně poskytl informace o:

Při popisu struktury podnikatelského plánu vycházím z publikace nazvané Podnikatelský plán<sup>8</sup>. Autoři v něm používají následující členění

1. Titulní strana,
2. Exekutivní souhrn (zkrácená verze podnikatelského plánu),
3. Popis podniku,
4. Externí prostředí,
5. Marketingový plán,
6. Personální zdroje,
7. Finanční plán,
8. Hodnocení rizik,
9. Přílohy.<sup>9</sup>

### **Titulní strana**

Titulní strana je identifikační část celého dokumentu a proto bychom měli dbát na přesnost uvedených údajů. Měla by obsahovat název společnosti, právní úpravu, její sídlo a osoby jednající za společnost případně jejich kontaktní údaje, dále potom druh podnikání a způsob jejího financování.<sup>10</sup>

### **Exekutivní souhrn**

Tato část zpravidla vzniká po dokončení celého podnikatelského plánu a měla by obsahovat důležité informace o našem projektu. Zejména potom cíl našeho projektu a cesta k jeho dosažení, ale také zjednodušený finanční plán s výhledem na několik let

---

<sup>8</sup> KORÁB, V; PETERKA, J; REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1., 2008.s. 45 s..

<sup>9</sup> STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1.2007.s.100

<sup>10</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. P, 2011. s.15

dopředu. Cílem je zaujmout čtenáře a zaujmout a vyvolat v něm zájem, aby prostudoval celý náš záměr.<sup>11</sup>

## **Popis produktu**

Zde rozlišujeme, jedná-li se o výrobek či službu. U výrobku nás zajímá jeho popis, technické specifikace, výrobní postupy, materiálové složení a náročnost výroby. U popisu výrobku by měla být uvedena cílová skupina, na kterou bude výrobek směřován. Informace o tom, jestli je výrobek novinkou na trhu nebo jej zákazníci už mají v povědomí. Pokud už daný výrobek existuje, uvést čím se liší od konkurence a jaké jsou jeho hlavní výhody a nevýhody.

U služeb je to pak definování skupiny, komu by měla být služba potencionálně poskytována. Stanovení způsobů poskytování služby a popis hlavního zaměření služby. Co potřebujeme jako poskytovatel služby za vybavení, jaké by mělo být personální složení a specializace či vzdělání našeho týmu. Důležité je také stanovení místa poskytování služby.<sup>12</sup>

## **Externí prostředí**

V této části zanalyzujeme trh, na který se chystáme vstoupit. Je třeba zjistit příležitosti a hrozby, ale také se obeznámit s konkurencí či prostředím z pohledu demografického, geografického a politického.<sup>13</sup>

## **Marketingový plán**

Společnost musí předem definovat, jak osloví cílovou klientelu. Bez správně definovaného marketingového plánu v počátcích projektu má společnost jen malou šanci na úspěch.<sup>14</sup> Na úspěšném marketingu může projekt těžit mnohdy více než na kvalitě samotného produktu či služby. Vhodnou variantu pro marketingový plán uvedu v další části této práce.

---

<sup>11</sup> tamtéž

<sup>12</sup> FOTR, J. *Jak připravit optimální podnikatelský projekt*. 1.vyd., 1993. s.32

<sup>13</sup> FOTR, J. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 1. vyd., 2012.s.39.

<sup>14</sup> WESTWOOD, J. *The marketing plan: a step-by-step guide*. 3. ed. p. 12.

## **Operační plán**

Rozpracování podnikatelského záměru, kdy definujeme klíčové činnosti a aktivity v časových souslednostech. Lze k tomu využít např. síťových diagramů PERT nebo metody CPM sloužící k identifikování kritické cesty.<sup>15</sup>

## **Personální zdroje<sup>16</sup>**

Je třeba vzít v potaz nejenom právní úpravu podnikatelského subjektu, ale také segment ve, kterém se firma vyskytuje či složitost výroby daného produktu nebo poskytované služby. Vhodná volba lidských zdrojů hned v počátku projektu nám může ušetřit nákladné a zdlouhavé výměny pracovníků, obzvláště pokud by se jednalo o lidi na řídicích funkcích, proto je dobré volit adekvátně spolupracovníky a investovat do nich prostředky. Artur Rock, finančník, který stál u zrodu firem jako Apple nebo Intel, prohlásil: „*Investuji do lidí, ne do záměrů.*“

## **Finanční plán**

Finanční plán představuje jednu z nejvýznamnějších částí podnikatelského plánu a je základem pro hodnocení podnikatelských příležitostí. Na začátku sestavíme plán pro základní finanční potřeby, vytvoříme odhady účetních výkazů pro různá období alespoň, však na tři roky dopředu. Těmito výkazy je myšlena zejména Rozvaha, Výkaz zisků a ztráty a Cash flow.<sup>17</sup>

## **Hodnocení rizik**

Analýza rizika by měla být nedílnou součástí každého správně zpracovaného podnikatelského plánu. Ačkoliv se naše predikce mohou jevit pozitivně, je třeba zvážit možné hrozby a naplánovat scénáře k jejich eliminaci. Možnou pomůckou může být

---

<sup>15</sup> O'BRIEN, J. and PLOTNICK, L. *CPM in construction management*. 7th ed. c2010, p.152.

<sup>16</sup> KOCIANOVÁ, R. *Personální činnosti a metody personální práce*. Vyd. 1. 2010. s.38.

<sup>17</sup> KORÁB, V; PETERKA, J; REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. 2008.s-56

SWOT analýza, která slouží k analyzování silných a slabých stránek podniku, dále pak příležitostí a hrozeb.<sup>18</sup>

## **Přílohy**

Do příloh podnikatelských plánů zařadíme všechny relevantní podklady, se kterými jsme v průběhu sestavování pracovali. Přílohy podpoří vypovídací schopnost celého dokumentu. Jedná se například o rozvahy, výkazy zisku a ztrát, ale i ostatní důležité dokumenty, které by mohli naši podnikatelskou činnost ovlivnit.<sup>19</sup>

## **2.2 Analýza trhu a prostředí**

Vlivy okolního prostředí je zásadní pro správné fungování každého podniku. Je důležité, aby podnik provedl analýzu externího prostředí ještě před samotným vstupem na trh. Při sledování se zabývá nejen současností, ale i budoucností, kterou se snaží na základě současných a minulých událostí predikovat.

### **2.2.1 Analýza SLEPTE**

Jedná se o komplexní analýzu externích faktorů jak na úrovni státu, tak i jednotlivých regionů ve kterých se společnost aktivně angažuje. Mezi hlavní faktory, které tato analýza sleduje, patří:<sup>20</sup>

- social – sociální hledisko
- legal – právní a legislativní hledisko
- economic – ekonomické hledisko
- policy – politické hledisko
- technology – technické hledisko

---

<sup>18</sup> HULL, J. *The evaluation of risk in business investment*. 1st ed., 1980, p.38.

<sup>19</sup> SRPOVÁ, J. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. 2011. S. 33

<sup>20</sup> HANZELKOVÁ, A. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. Vyd. 1., 2009, s.91

### 2.2.2 Analýza SWOT

Jedná se o metodu, pomocí níž lze velmi přehledně identifikovat silné a slabé stránky podniku (interní záležitosti podniku) ve vztahu k příležitostem a hrozbám, jejichž původcem je vnější prostředí. SWOT<sup>21</sup> analýzou lze komplexně vyhodnotit fungování společnosti, najít nové možnosti či najít problematické oblasti firmy. Tato metoda patří ke strategickému vedení společnosti, a proto by měla být součástí každého dalšího strategického plánování firmy.

### 2.2.3 Marketingový mix

Marketing úzce souvisí s následným prodejem a má proto velký vliv na budoucí úspěch či neúspěch projektu. Důkladná analýza trhu je podstatná pro zahájení našeho podnikání nebo vstupu nových produktů či služeb na trh.<sup>22</sup>

Marketingovým mixem chápeme soubor 4 základních marketingových nástrojů, které firma používá k dosahování svých cílů na konkrétních trzích za použití konkrétních metod. Marketingový mix, označovaný také jako „4P“ reprezentuje strategickou pozici na trhu pomocí čtyř parametrů :<sup>23</sup>

- **Výrobek (Product):** uspokojuje potřeby zákazníka.
- **Cena (Price):** hodnota výrobku pro zákazníka.
- **Propagace (Promotion):** nejviditelnější část marketingového mixu se zabývá propagací výrobků či služeb.
- **Distribuce (Placement):** přemístění výrobku od výrobce k zákazníkovi.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> SWOT analýza odhalí pravou tvář Vaší společnosti [online] podnikatel.cz, 2012 [cit. 11. 3. 2013]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html>

<sup>22</sup> ZAMAZALOVÁ, M. *Marketing obchodní firmy*. 1. vyd. 2009. s.39

<sup>23</sup> JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. 1. vyd. 2008. s.147.

<sup>24</sup> *Marketingový mix*. [online]. cs.wikipedia.org. [cit. 11. 3. 2013]. Dostupné z :[http://cs.wikipedia.org/wiki/Marketingov%C3%BD\\_mix](http://cs.wikipedia.org/wiki/Marketingov%C3%BD_mix)

## 2.3 Měření efektivnosti investice

Abychom dokázali objektivně zhodnotit efektivitu naší investice, je třeba za pomoci nejrůznějších finančních ukazatelů porovnat hospodářské výsledky. Na základě těchto výsledků jsme schopni reálně posoudit výkonnost projektu či společnosti, případně navrhnout vhodná doporučení k nápravě současného stavu.

### 2.3.1 Cash Flow

Cash flow slouží pro zachycení finančních toků v podniku. Ukazatel zaznamenává reálné toky peněz a jejich zásobu. Jedná se o rozdíl mezi příjmy a výdaji. Sestavujeme ho z důvodu zachycení reálných peněžních toků za sledované období, které se však může lišit od účetního vlivem časového nesouladu položek vyvolávajících příjem a náklad.

### 2.3.2 Doba návratnosti investice

Doba návratnosti investice určí, za jak dlouho se kapitálové výdaje spojené s investičním projektem splatí ze zisku po zdanění.<sup>25</sup>

$$DN = \frac{KV}{Z_r}$$

Kde:

DN – Doba návratnosti investice v letech

KV – Kapitálový výdaj v Kč

$Z_r$  – Průměrný roční zisk z investice v Kč

---

<sup>25</sup> REŽŇÁKOVÁ, M. Finanční management 2.díl.2005. s.52

### 2.3.3 Čistá současná hodnota

Tento ukazatel vyjadřuje efekt z investice, který můžeme získat nad rámec požadované výnosnosti. Jedná se o rozdíl mezi diskontovanými příjmy z investice a kapitálovými výdaji. Pro výpočet použijeme vzorec:

$$\check{C}SH = \sum_{t=1}^N \frac{P_t}{(1+i)^t} - KV = \check{C}SH = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t}$$

Kde:

ČSH – čistá současná hodnota v Kč;

$P_t$  – příjem z investice v jednotlivých letech životnosti v Kč;

KV – kapitálový výdaj v Kč ;

N – doba životnosti investice;

t – jednotlivé roky životnosti investice;

i – diskontní sazba investičního projektu;

$CF_t$  – cash flow z investice v jednotlivých letech v Kč<sup>26</sup>

Vyhodnocení rozhodování o investičním projektu probíhá dle:

- ČSH > 0      projekt je přijatelný
- ČSH < 0      projekt je nepřijatelný
- ČSH = 0      projekt je přijatelný, zaručuje požadovanou výnosnost, ovšem nezvyšuje se tržní hodnota podniku

---

<sup>26</sup> REŽŇÁKOVÁ, M. Finanční management 2.díl.2005. s.54

### 2.3.4 Bod zvratu

Bod zvratu (kritický bod rentability, bod krytí nákladů, bod zisku, (angl. Break Even Point)<sup>27</sup> je takový objem výroby, kdy se tržby rovnají celkovým nákladům ( $T=N$ ).

$$q(BZ) = Q(BZ) = \frac{F}{p-b}$$

$Q(BZ)$  – objem produkce bodu zvratu<sup>28</sup>

$F$ - fixní náklady

$p$  – cena jednotková

$b$ – variabilní jednotkové náklady

Tržby bodu zvratu:

$$T(BZ) = b \cdot Q_{BZ} + F$$

## 2.4 Spotřebitelské úvěry

V této kapitole bych chtěl přiblížit hlavně rozdíl mezi úvěrem a půjčkou a dále pak připomenout některé změny zákonů, které se přímo dotýkají půjčování finančních prostředků.

### 2.4.1 Rozdíl mezi úvěrem a půjčkou

Dočasné poskytnutí finančních prostředků je možno dvěma způsoby. Lze využít smlouvu o půjčce nebo o úvěru. Řada lidí se domnívá, že se jedná o to stejné, ale liší se velmi výrazně. Smluvní vztahy u obou těchto úkonů mají svá specifika, vyplívá to i ze skutečnosti, že smlouvu o úvěru upravuje obchodní zákoník, kdežto smlouvu o půjčce nalezneme v zákoníku občanském.

---

<sup>27</sup> KEŘKOVSKÝ, M a LUŇÁČEK, J. *Úvod do mikroekonomie: s využitím prvků distančního studia*. Vyd. 1. 2012. s101

<sup>28</sup> KONEČNÝ, M. Controlling příklady praktických problémů k řešení, s.2



Smlouva o půjčce se nemusí vždy týkat finančních prostředků. Jejím předmětem může být i libovolný hmotný majetek. Musí však být vždy definována doba splácení a případné úroky a sankce. Samotná smlouva vzniká při předání dané věci, jedná se tedy tzv. o smlouvu reálnou.<sup>29</sup>

Zato úvěr se týká čistě jen finančního plnění. Smlouva může vzniknout, aniž by došlo na samotné finanční plnění. Věřitel se v něm zavazuje k poskytnutí předem určité částky, pokud o ni dlužník požádá.

Poslední rozdíl je v tom, od koho si finanční prostředky půjčujete. Úvěr může poskytnout jen subjekt, jehož předmětem podnikání je poskytování úvěrů. Půjčku lze uzavřít s kýmkoliv.<sup>30</sup>

#### **2.4.2 Novela zákona o spotřebitelském úvěru**

V této kapitole je potřeba se pozastavit taky nad samotnou ochranou spotřebitele. Dne 25.2.2013 vešla v platnost novela zákona č. 43/2013 Sb o spotřebitelském úvěru, které obsahuje několik podstatných změn. Mezi hlavní body, které tato novela zavedla lze považovat :

- Zákaz používání telefonních čísel s větší sazbou, než je obvyklá při nabízení, sjednávání nebo samotném zprostředkování spotřebitelských úvěrů.<sup>31</sup>
- Zákaz požadovat po spotřebiteli odměnu ještě před tím, než se dozví výsledek své žádosti.<sup>32</sup>
- Zákaz použití směnek a šeků jako zajišťující prostředky v oblasti spotřebitelských úvěrů. Avšak to se dá velmi jednoduše obejít osamostatněním směnečného závazku, v jehož důsledku dlužník ztrácí možnost námitky<sup>33</sup>
- Mezi změny, které jsou dle mého názoru diskutabilní je uvádění informací jasným, výstižným a zřetelným způsobem, jelikož není uveden přesný způsob

---

<sup>29</sup> PEŠEK, Adam. *Mezi půjčkou a úvěrem je rozdíl*. [online]. Aktuálně.centrum.cz – [cit. 11. 3. 2013]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/penize/clanek.phtml?id=699701>

<sup>30</sup> tamtéž

<sup>31</sup> ONDŘEJ, J. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty*. Vyd. 1.2013,s. 142..

<sup>32</sup> Tamtéž s.143.

<sup>33</sup> Tamtéž s. 143.

této interpretace. Navíc už teď musí smlouvy dle zákona o spotřebitelském úvěru obsahovat informaci, že vydají na několik samostatných stran a podle mě platí přímá úměra, že čím více stran smlouva, tím menší pravděpodobnost, že se v ní klient vyzná, natož aby jí správně porozuměl.<sup>34</sup>

- Další diskutabilní částí je nutnost posouzení schopnosti spotřebitele splácet úvěr, což považuji obzvláště nešťastné vzhledem k případné prokazatelnosti ze strany dozorových orgánů, jelikož se tato skutečnost objektivně velmi složitě posuzuje.<sup>35</sup>
- Nově se také zvýšila maximální hranice pro ukládání pokut v případě správních deliktů. Nově tedy může Česká obchodní inspekce udělit pokutu až 20 000 000,- Kč.<sup>36</sup>

### 2.4.3 Novela občanského zákoníku

Ve spojitosti s ochranou spotřebitele nelze nezmínit skutečnost, že od 1. ledna 2014 nastane v soukromém právu výrazná změna, která se také dotkne ochrany spotřebitele. Mám tím na mysli nabytí účinnosti zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Zatímco základní zásadou stávajícího občanského zákoníku u soukromého práva je rovnost subjektů v právních vztazích, nový občanský zákoník od této zásady opouští a za hlavní princip považuje autonomii vůle. Vycházíme z faktické nerovnosti mezi subjekty práva. Tato změna se zdá jako logická vzhledem k tomu, že na existenci nerovnosti mezi subjekty se poukazuje dlouhodobě. Zásada rovnosti subjektů ve spotřebitelských vztazích je totiž ztížena nerovným postavením spotřebitelů a dodavatelů a jejich nepoměrným vlivem na vznik smluv.

Nový občanský zákoník také upravuje definici spotřebitele, kdy na rozdíl od současné definice upravuje její sjednocení pro celé soukromé právo. Dále v současnosti užívaný pojem „dodavate“ bude nahrazen nově pojmem „podnikatel“. Zákoník dále specifikuje požadavek na srozumitelnost smluv a veškerých sdělení vůči spotřebiteli.

---

<sup>34</sup> Tamtéž s.144.

<sup>35</sup> PETRHEN, Ervín, Ludvík, NOVOTNÝ. Několik úvah k připravované novele zákona o spotřebitelském úvěru. *epravo.cz* [online]. EPRAVO.CZ – Sbírka zákonů, judikatura, právo, 2012 [cit. 20. 3. 2013]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/nekolik-uvah-k-pripravovane-novele-zakona-o-spotrebitelskem-uveru-85512.html>

<sup>36</sup> tamtéž

Dále dle nového občanského zákoníku nemůže být spotřebitel nikterak sankciován, pokud odstoupí od smlouvy do 14ti dnů od jejího podepsání.

Zcela nově jsou v novém zákoníku definovány **adhezní smlouvy**.<sup>37</sup> Jedná se o smlouvy, kde má spotřebitel de facto nulovou možnost ovlivnit znění této smlouvy. Nejčastěji se tento druh smluv využívá právě u spotřebitelských smluv, konkrétně pak ve finanční sféře. Mezi hlavní body patří například:<sup>38</sup>

- Je třeba, aby byl spotřebitel upozorněn na podmínky smluv, které jsou uvedeny mimo hlavní dokument v přílohách či obchodních podmínkách. Obsah musí být srozumitelný pro běžného občana.
- Další podstatná změna se týká velikosti textu a případného umístění. Smlouvy již nemohou obsahovat malé nečitelné řádky případně poznámky pod čarou, stejně tak by neměly obsahovat výrazně nápadnější části textu, aby neodváděly čtenářovu pozornost.

### **Reklama u spotřebitelských produktů**

Zákon o spotřebitelském úvěru jasně definuje, co všechno musí obsahovat reklama na úvěrové produkty, a myslím si, že je jen dobře, že informační povinnost zprostředkovatelů je čím dál tím vyšší.

- roční procentní sazbě nákladů,
- výpůjční úrokové sazbě, společně s údaji o všech poplatcích, které jsou s úvěrem spojeny,
- celkové výši spotřebitelského úvěru,
- výši jednotlivých splátek a celkové částce splacené spotřebitelem,
- době trvání spotřebitelského úvěru,
- ceně a výši případné zálohy, je-li spotřebitelský úvěr uzavřen ve formě odložené platby za zboží nebo služby,

---

<sup>37</sup> BEZOUŠKA, Petr. *Ochrana slabší strany při smlouvách uzavíraných adhezním způsobem*. [online]. Zprávy,ihned.cz, 2012.[cit. 2013-11-04]. Dostupný z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-58946950-ochrana-slabsi-strany-pri-smlouvach-uzaviranych-adheznim-zpusobem>

<sup>38</sup> BEZOUŠKA, Petr. *Co je to adhezní smlouva?* [online]. Zprávy,ihned.cz, 2013.[cit. 2013-11-04]. Dostupný z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-58789880-co-je-to-adhezni-smlouva>

- povinnosti uzavřít smlouvu o doplňkové službě související se spotřebitelským úvěrem, např. pojištění, jestliže je její uzavření podmínkou pro získání spotřebitelského úvěru za nabízených podmínek a náklady na uzavření nelze určit předem.

#### **2.4.4 Orgány ochrany spotřebitele**

V této části ve zkratce uvádím, jaké dozorové orgány chrání spotřebitele ve spotřebitelských vztazích. Jak jsem již v předchozích odstavcích zmínil, spotřebitelé jsou chráněni občanským zákoníkem a ve finanční sféře také zákonem o spotřebitelském úvěru. Podle § 23 zákona o ochraně spotřebitele jsou to Česká obchodní inspekce, živnostenské úřady, krajské hygienické stanice, orgány veterinární správy, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Česká národní banka, celní úřady, Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva, Státní ústav pro kontrolu léčiv, Český telekomunikační úřad a Energetický regulační úřad.

Pro potřeby spotřebitelských úvěrů uvedu dva nejdůležitější dozorové orgány:

##### **Česká obchodní inspekce**

Je orgánem, který obecně řeší dohled nad dodržováním povinností dle zákona o ochraně spotřebitele. Jeho působnost je však vyloučena v případech, kdy je k jeho výkonu oprávněn jiný orgán. Příkladem je bankovní sektor, kde dohled nad subjekty drží Česká národní banka. Pokud však pod její působnost dohled spadá, zaměřuje se zejména na kontrolu dodržování poctivosti prodeje služeb, dodržení zákazu nekalých obchodních praktik nebo zákazu diskriminace mezi společnostmi.

##### **Živnostenské úřady**

Mezi orgány dohlížejícími na plnění povinností, které plynou z ochrany spotřebitele na finančním trhu se řadí i živnostenské úřady. Jsou oprávněny provádět dohled zejména nad reklamou, která patří mezi nekalé obchodní praktiky dle zákona o

ochraně spotřebitele, zejména pokud dohled náleží i Radě pro rozhlasové a televizní vysílání.<sup>39</sup>

Dle § 23 odst. 11 zákona o ochraně spotřebitele jsou živnostenské úřady oprávněné vykonávat také dohled nad dodržováním některých povinností, které plynou z tohoto zákona při poskytování obchodu a služeb vedle České obchodní inspekce. Jedná se hlavně o informační povinnost včetně poskytování informací o možnostech reklamace a cenách nabízených služeb. Pravomoc živnostenských úřadů dopadá na subjekty, vyvíjející v oblasti finančních služeb svoji činnost na základě živnostenského oprávnění, především tedy zprostředkovatele.

## **2.5 Elektronické aukce**

Elektronické aukce se staly fenoménem 21. století. Pomocí těchto elektronických portálů je možnost prodávat téměř cokoliv téměř komukoliv odkudkoliv na světě. Pro prodávající to tak znamená širší spektrum potencionálních zákazníků a tudíž i vyšší prodejní cenu. Naopak pro kupující tento způsob umožňuje získat zboží či službu za lepší nabídku.

### **2.5.1 Přednosti a nevýhody aukcí**

Ačkoli aukce nejsou nijak novou myšlenkou, zažívají v posledních letech velký nárůst popularity. Tento nárůst jde ruku v ruce s vývojem internetu, který se stává vhodnou platformou pro rostoucí nároky uživatelů elektronických aukčních síní.

Hlavními přednostmi, kterými se aukce mohou pyšnit, jsou jejich univerzálnost a anonymita. Jejich univerzálnost spočívá v možnosti využití aukčního mechanismu k prodeji jakéhokoli objektu. Forma aukce je totiž na svém objektu naprosto nezávislá. Pod pojmem anonymita je v aukčním prostředí chápán fakt, že totožnost zájemců nehraje žádnou roli při určení vítěze. Z pohledu ekonoma je pak nejdůležitější fakt, že prostřednictvím aukcí lze dosahovat ekonomicky efektivních výsledků.

---

<sup>39</sup> KOKEŠ, Jaroslav. *Ochrana spotřebitele a nekalé obchodní praktiky*. [online]. Investujeme.cz 2009.[cit. 2013-11-06]. Dostupný z: <http://www.investujeme.cz/ochrana-spotrebitele-a-nekale-obchodni-praktiky/>

Internet do tohoto prostředí přináší účast zájemců nejen z regionu, kde daný produkt či službu poptávají, ale v podstatě odkudkoliv, důsledkem je poté nižší cena a větší výběr. V prostředí moderních technologií lze navíc využívat mnohých doplňkových funkcí, které celý proces značně zrychlují a usnadňují.<sup>40</sup>

Za hlavní nevýhodu lze označit nejistotu výsledku. Nikdo si nemůže být předem jistý, že se stane vítězem aukce. Z této nejistoty tedy může pramenit jisté zklamání. Účastníci se mohou stát případnými oběťmi podvodníků. K prevenci těchto nepříjemností slouží programy hodnocení prodávajících a kupujících, na jejichž základě by mělo být snazší posoudit solidnost případného obchodního partnera. Na druhou stranu nevýhodou může být to, že si účastníci dražby nemohou ověřit ať už produkt či službu před ukončení dražby. Avšak je na správci dražebního portálu, aby byl schopen co nejlépe prověřit obě strany zúčastněné v dražbě, jelikož mu jde o co nejvyšší počet uskutečněných dražeb s pozitivním výsledkem pro obě strany.

### 2.5.2 Důležité pojmy z aukčního prostředí

V rámci aukce můžeme rozlišovat 3 subjekty, které se na jejím průběhu podílejí. **Kupující** je jedinec nebo právní subjekt, který má zájem o koupi objektu. Může být označován za zájemce, účastníka atd. **Prodávající** je jedinec nebo právní subjekt, který má zájem něco prodat. Lze jej označit i jako zadavatele. **Dražitel** je organizátorem aukce a má na ní vlastní zájem. Může být zároveň prodávajícím či kupujícím. Může být i třetí stranou tzn. zprostředkovatelem či provozovatelem aukční síně. Tato třetí strana vykonává svou funkci za úplatu. Tou je nejčastěji poplatek za vystavení aukce, provize z úspěšného prodeje, tzn. určité procento z konečné prodejní ceny, či jiné poplatky spojené se službami poskytovanými těmito zprostředkovateli klasickými či elektronickými.<sup>41</sup>

To, co se v aukci prodává či kupuje, bývá označováno jako **objekt aukce**. Tím mohou být hmotné předměty, služby, ale i např. práva. V průběhu aukce dochází k **přihazování** neboli zvyšování nabídek účastníky aukce. V našem případě však bude

---

<sup>40</sup> FIALA, P. Aukce: teorie a praxe. 1. vyd., 2012. S.28.

<sup>41</sup> Tamtéž s.54 .

nejlepší nabídkou nabídka nejnižší. Ta začíná na **vyvolávací ceně**, v našem případě je to úrok a délka splatnosti, kterou je ochoten autor dražby akceptovat. Za **nejvyšší nabídku** je považována nejvyšší částka, kterou jsou zájemci ochotni zaplatit, v případě poptávky finančních prostředků je nejvyšší nabídka ta, která je vlastně nejlevnější a nabízí nejnižší možné úročení. **Příhoz** je pak rozdíl mezi doposud nejvyšší a novou nabídkou ceny v našem případě rozdíl mezi dosud nejnižší nabídkou a nabídkou novou.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> tamtéž

### 3. ANALYTICKÁ ČÁST

Pro správné sestavení strategie či konkurenční výhody v podnikání je velmi často opomíjená důkladná analýza externího a interního okolí podniku. Analytická část mé diplomové práce se stane východiskem pro stanovení strategie zvoleného podnikání. V první řadě zmíním důvody proč je odvětví půjčování finančních prostředků tak perspektivní a o jaké informace se opírám. Poté, bude provedena analýza externího okolí podniku za pomoci SLEPT analýzy, stanovím cílový trh, který bude dále segmentován. V neposlední řadě použiji SWOT analýzu, která završí jednotlivé analýzy. Další důležitá část bude věnována srovnání produktů na trhu čímž bych chtěl názorně demonstrovat potenciál služby. Na základě analytické části může být přesně definována strategie a dílčí cíle a kroky vedoucí k jejímu dosažení.

#### 3.1 Zadlužování populace

České domácnosti dlužily ke konci roku 2009 bankám 973,5 miliard korun a nebankovním institucím dalších 104,1 miliard korun. Podle stavu půjček v poměru k příjmům domácností vyjádřených jejich hrubým disponibilním důchodem byl tento dluh zhruba o polovinu nižší než v zemích Eurozóny, čili nelze říci, že by samotná výše zadlužení byla nějak neúměrně vysoká. Více pozornosti je ale nutno věnovat zkoumání rychlosti zadlužování českých domácností. V roce 2000 dlužily české domácnosti bankám „pouze“ 39,7 miliard korun, což tvořilo ve srovnání se zeměmi EU pouze 13 % jejich průměrného zadlužení. Celková výše zadlužení domácností v České republice tak za devět let stoupla osmkrát. Hlavní příčinou jejího růstu je preference spotřeby a tím pádem i spotřebních výdajů, které domácnosti pokrývaly nejen ze svých disponibilních důchodů, ale právě i z půjčených peněz. Například v roce 2008 byly výdaje na konečnou spotřebu o 59 % vyšší než v roce 2000. Jejich objem se tak blížil dvěma bilionům korun. V reálném vyjádření nejvíce za tuto dobu stouply výdaje na spotřebu telekomunikačních služeb, například v roce 2000 připadalo na sto českých domácností 42 mobilních telefonů, kdežto v roce 2008 už to bylo 188 mobilních telefonů.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> SMRČKA, L. Rodinné finance: ekonomická krize a krach optimismu. 1. vyd. 2010, xxii, s.238.



### 3.1.1 Důvody zadlužování se

V posledních dvaceti letech se poskytování spotřebitelských úvěrů v České republice postupně stalo zcela běžnou praxí. Ve světě tato skutečnost není ničím unikátní, naopak situace zde čím dál více připomíná situaci v západních zemích, ovšem s tím rozdílem, že na západě se k současnému stavu směřovalo pozvolnou a přirozenou cestou již od konce 2. světové války, v postsocialistických zemích včetně České republiky byl celý proces značně urychlen. Různé druhy půjček, které by se dnes daly chápat jako spotřebitelský úvěr, se vyskytovaly i dříve, ale v žádném případě nešlo o rozšířený jev a tyto výskyty byly spíše výjimečné. V dobách studené války byli lidé nepřetržitě konfrontováni s informací, že civilizace není nezničitelná a možnost jejího zániku každým dnem nabývá konkrétních podob.

### 3.1.2 Pohled obyvatelstva na zadlužování

Tahle kapitola zkoumá postoj obyvatel České republiky k úvěrům a zadlužování. Vycházím z veřejných průzkumů, ke kterým se pokusím dát svůj stručný názor.

Současný pohled obyvatel na úvěry a zadlužování obecně zjišťoval v únoru 2013 průzkum CVVM<sup>44</sup>. Grafické znázornění odpovědí najdeme v grafu č.1. Myslím si, že tento výzkum veřejného mínění velmi dobře vystihl situaci současné doby. Přestože většina dotazovaných se shoduje, že půjčovat si peníze nebo kupovat věci na dluh je rizikem, jen o málo méně respondentů věří, že se v dnešní době jedná o přirozenou součást života. U Čechů pak podle průzkumu panují neshody ohledně správnosti pořizování věcí na dluh, jsou zde dvě stejně velké skupiny odpůrců, ale i zastánců. V souladu s myšlenkou o zadlužení, jako součástí našeho života, odpovídali lidé, že se člověk nemusí stydět za půjčování peněz nebo pořizování věcí na dluh (66 % dotazovaných). Většin lidí se pak shoduje, že životní styl na dluh se v dnešní době nevyplatí. Odpovědi dotazovaných se lišily obzvláště podle věku. Starší generace považují zadlužování za riziko, kdežto u mladších, zejména 20 – 40 je považováno zadlužení za přirozenou část života.

---

<sup>44</sup> BUCHTÍK, Martin. *Názory na zadlužování občanů*. [online] Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. - 2013. [cit. 2013-11-03]. Dostupný z: <http://cvvm.soc.cas.cz/ekonomicke-ostatni/nazor-na-zadluzeni-obyvatel-a-statu-leden-2013>

**Graf 1: Půjčování peněz v určitých případech**



Pozn.: Dopočet do 100 % tvoří odpovědi „nevím“. Položky jsou řazeny sestupně podle dosaženého skóre souhlasných odpovědí.

Zdroj: Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR. *Názory obyvatel na přijatelnost půjček – Leden 2013*. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR [online]. Tisková zpráva 2013

Dle sociologického výzkumu CVVM z ledna 2013<sup>45</sup> 79% respondentů vnímá míru zadlužení jako závažný nebo velmi závažný problém, jak je možné vyčíst z grafu č.2. Oproti roku 2012 je to rozdíl o 2% a dle stejného průzkumu z roku 2011<sup>46</sup> o 4%.

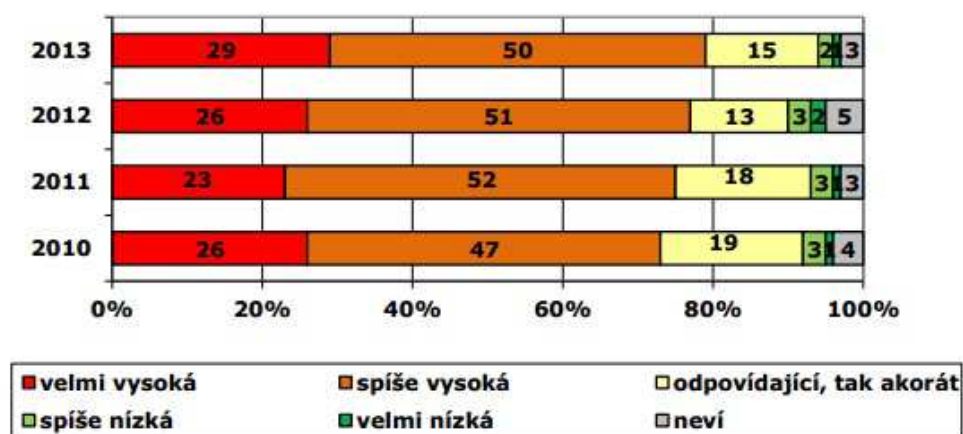
<sup>45</sup> BUCHTÍK, Martin. *Názory obyvatel na zadlužení obyvatel a státu*. [online] Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. - 2013. [cit. 2013-11-03]. Dostupný z:

< <http://cvvm.soc.cas.cz/ekonomicke-ostatni/nazor-na-zadluzeni-obyvatel-a-statu-leden-2013> >

<sup>46</sup> BUCHTÍK, Martin. *Názory obyvatel na zadlužení a přijatelnost půjček*. [online] Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. - 2011. [cit. 2013-11-03]. Dostupný z:

<[http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/101119s\\_er110315.pdf](http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/101119s_er110315.pdf)>.

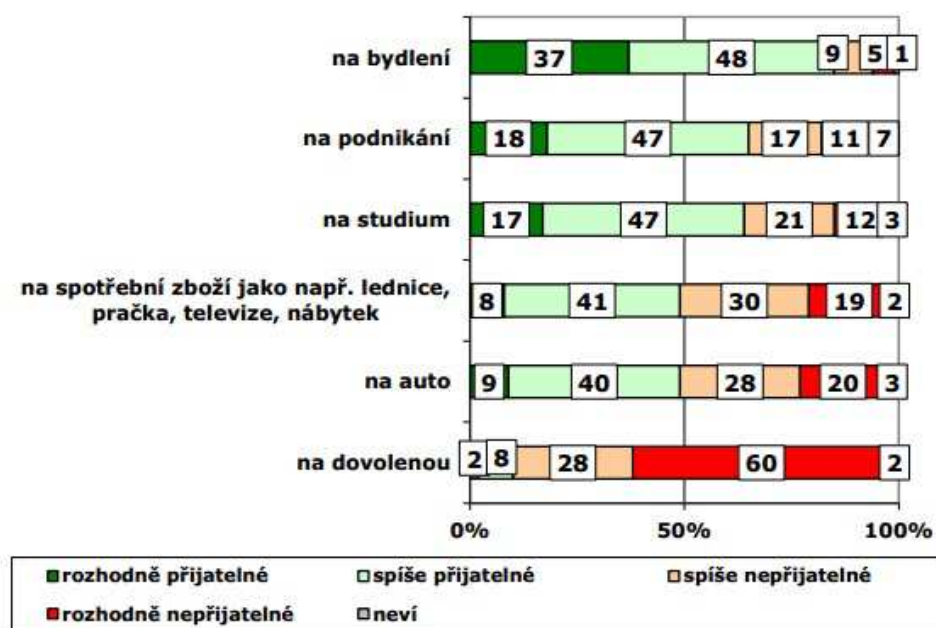
Graf 2: Současná míra zadlužení běžných občanů ČR



Zdroj: Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. - Názory obyvatel na zadlužení obyvatel a státu. [online] 2013. Tisková zpráva 2013

Z průzkumu je rovněž patrné, jaký je názor občanů na přijatelnost půjčování si v konkrétních případech. Výsledky jsou zachyceny v grafu č. 3. Veřejnost vnímá půjčky odpovědně v případě financování bydlení, podnikání či studia. Neshodují se pak v případě, kdy je předmětem půjčky například nákup automobilu nebo spotřebního zboží. Téměř všichni se pak shodují, že půjčka na dovolenou je nepřijatelná, stejně tak je nepřijatelné pro většinu lidí půjčovat si na nákup vánočních dárků, nicméně navzdory vysokému povědomí o absurditě těchto půjček, procento lidí zadlužujících se čistě pro potřebu spotřeby narůstá.

Graf 3: Přijatelnost půjček v konkrétních případech



Zdroj: Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. - *Názory obyvatel na přijatelnost půjček*. [online] 2013. Tisková zpráva 2013

Ze zjištěných výsledků plyne několik závěrů. Prvním a asi nejdůležitějším je, že se obyvatelstvo zadlužuje rok od roku více. Z toho plyne taky velký potenciál na trhu spotřebitelských úvěrů. Proto jsem také zvolil svůj podnikatelský záměr na zprostředkování nebankovních úvěrů

### 3.2 Analýza obecného okolí SLEPTE

U analýzy obecného prostředí jsem vybral analýzu SLEPTE, je potřeba brát na vědomí vlivy okolí podniku na úspěšnost našeho projektu. Při analýze jsem zkoumal sociální, legislativní, ekonomické, politické, technologické a ekologické faktory na projekt internetového aukčního portálu s nebankovními půjčkami.

#### Sociální prostředí

Velkou výhodou internetového portálu je jeho celorepubliková působnost. Vzhledem k různým stupňům zaměstnanosti, finanční gramotnosti a průměrných příjmů je předpoklad vyšší úspěšnosti zejména v ekonomicky slabších krajích.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Práce.cz. *Mzdy podle regionů: Porovnejte si výdělek*. [online] <http://www.prace.cz/poradna/aktuality/detail/article/mzdy-podle-regionu-porovnejte-si-vydelek/>

Mezi další faktory patří zadlužování českých domácností, které jsem uvedl v předchozí kapitole. Trh spotřebitelských úvěrů rostoucí tendenci a nepředpokládám, že by tomu mělo být v příštích letech jinak. Poměrně velký podíl na této skutečnosti mají také banky, které patří mezi nejpřísněji hodnotící finanční instituce v celé Evropské unii.<sup>48</sup> Tento fakt má dva úhly pohledu, náš bankovní systém je oproti ostatním v Evropě ve velmi dobré kondici a dlouhodobě generuje slušné zisky.<sup>49</sup> To je sice na jednu stranu dobrá zpráva, nicméně hlavním důvodem proč jsou „české“ banky ziskové je ten, že jejich matky, zahraniční banky v jiných evropských zemích nevykazují tak dobré výsledky, zejména z období finanční krize, která vypukla v roce 2008 v USA na trhu s hypotečními úvěry.<sup>50</sup> Na tuto krizi doplatila řada evropských bank, nicméně bankovníctví v České republice nikoliv. Právě proto se kritéria možná i zpřísnila a pro velkou část populace je poměrně obtížné dosáhnout na řádný bankovní úvěr. Velkou měrou se na tom podílí bankovní a nebankovní registry. Pokud má žadatel záznam v těchto registrech, tak se zpravidla stává pro banku potencionálním neplatičem a úvěr je z velké části zamítnut. Jedná se zejména o registry SOLUS, BRKI, NRKI.<sup>51</sup> Pozitivní zprávou je, že Úřad pro ochranu osobních údajů vydal v letošním roce rozhodnutí, na jehož základě by neměl být člověk do těchto registru zařazen bez písemného souhlasu, nicméně ty se proti rozhodnutí odvolaly.<sup>52</sup>

---

<sup>48</sup> LYSONĚK, P. Přísná kritéria bank jsou brzdou. *Záchrannou. Přísná kritéria bank jsou brzdou. Záchrannou* [online].mese.cz 2008 [cit. 2014-01-04]. Dostupné z: <http://www.mese.cz/clanky/prisna-kriteria-bank-jsou-brzdou-zachrannou/>

<sup>49</sup> CNB.Jak jsou na tom banky?*Cnb.cz*. [online].2013 [cit. 2013-12-29]. Dostupné z: [http://www.cnb.cz/cs/faq/jak\\_jsou\\_na\\_tom\\_banky.htm](http://www.cnb.cz/cs/faq/jak_jsou_na_tom_banky.htm)

<sup>50</sup> ZEMÁNEK, J. *Hypoteční krize v USA. Příčiny, průběh, následky.* [online]. *Euroekonom.cz*. 2008 [cit. 2013-12-27]. Dostupné z: <http://www.euroekonom.cz/analyzy-clanky.php?type=jz-usa-hypoteky>

<sup>51</sup> TŮMA, O. *Registry dlužníků: Máte se čeho bát?* [online]. *Penize.cz* .2013 [cit. 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.penze.cz/financi-poradenstvi/252445-registry-dluzniku-mate-se-ceho-bat>

<sup>52</sup> COOLPUJCKA. *Nyní máte možnost požádat o vymazání z registru dlužníků.* *coolpujcka.cz* [online]., 2013 [cit. 2014-12-29]. Dostupné z: <http://www.coolpujcka.cz/rady-a-navody/nyni-mate-moznost-pozadat-o-vymazani-z-registru-dluzniku/>.

Shrnu-li veškeré výše uvedené informace, trh nebankovních úvěrů a půjček má poměrně dobré vyhlídky do budoucna, jelikož česká ekonomika stagnuje, lidí bez práce přibývá a to zejména u mladých, tudíž má projekt aukčního portálu spotřebitelských úvěrů velký potenciál růstu zejména u mladých lidí.

### **Legislativní prostředí**

Legislativní prostředí patří mezi nejdůležitější aspekty trhu s úvěry a půjčkami. V první řadě je třeba si říct, které kontrolní orgány mají na starosti bankovní a nebankovní sektor. Na trhu bankovních úvěrů má dohled Česká národní banka a tento sektor má velmi přísná kritéria pro vstup a také spadá pod přísný dohled úřadů. Vstup na bankovní trh je limitován zejména získáním licence České národní banky, dále pak podmínkou složení základního kapitálu ve výši 500 mil. Kč. V nebankovním sektoru už tak přísná kritéria nepanují. Mezi subjekty provádějící dohled nad nebankovním trhem patří zejména Česká obchodní inspekce a živnostenské úřady. Oproti bankovnímu sektoru zde není podmínkou vstupu složení vysokého základního kapitálu. Bohatě stačí založení ní společnosti s ručením omezeným ( s.r.o.) kde je podmínkou složení základního kapitálu ve výši 200 000 Kč a dále pak získání živnostenského oprávnění, ke kterému stačí prokázat odpovídající vzdělání či praxi v oboru.

Poměrně značný vliv na nebankovní sektor má Zákon o spotřebitelském úvěru č. 145/2010 Sb, který poměrně zásadně reguluje trh spotřebitelských úvěrů. V letošním roce pak vešla v platnost Novela zákona o spotřebitelském úvěru 43/2013 Sb.

Další poměrně zásadní změnou na trhu spotřebitelských úvěrů bude od 1.1.2014 v platnost vstupující zákon 89/2012 Sb - Nový občanský zákoník . Podrobněji jsem se Novele spotřebitelského úvěru a Novému občanskému zákoníku věnoval v kapitole o spotřebitelských úvěrech.

Mezi ochranná opatření lze považovat i judikáty soudů, které rozhodovaly zejména o platnosti smluv případně ochraně spotřebitele.

## **Ekonomické prostředí**

Současná ekonomická situace v České republice byla výrazně ovlivněna ekonomickou recesí, která zasáhla postupně do všech odvětví podnikání. Ohrožením nejvyspělejších států světa utrpěly také menší země, které nemají natolik silnou ekonomickou situaci, aby na ni mohly úspěšně reagovat. Jelikož je Česká republika závislá zejména na export průmyslového odvětví, jsme závislí na sousedních zemích a jejich řešení recese. Co však naši zemi sráží do kolem je nestabilní politické prostředí, kdy vládnoucí strany nejsou schopny dlouhodobě zavádět opatření, která by vedla k oživení ekonomiky a spíše se přetahují o moc mezi sebou. Hluboký ekonomický propad si neseme i z dob vlády komunismu, kdy došlo k odstranění přirozeného konkurenčního prostředí. Velký vliv na vývoj ekonomické situace měla dle mého názoru kuponová privatizace, která měla přinést kapitál potřebný k rozvoji České republiky, nicméně z dlouhodobého hlediska si myslím, že spíše uškodila, jelikož spousta zprivatizovaných firem byla prodána pod cenou a navíc v současnosti generují velmi slušné zisky, které putují z velké částí do zahraničí.

Další faktory, které nemají příznivý vliv na vývoj české ekonomiky jsou například nízká produktivita práce, slabší úroveň využití nejmodernějších technologií, neustálý nárůst státního dluhu a tudíž i nižší rating České republiky, který se odráží i na atraktivitě pro zahraniční investory. Závislost na exportu do sousedních zemí, kde jedinou zemí, která se dokázala zdárně poprat s recesí je Německo, jehož ekonomika vykazuje přebytek.

Naše země potřebuje, aby se uklidnila zejména politická scéna. Důležité jsou zejména nízké daně a zjednodušená administrativa pro firmy případně daňové úlevy a podpora zaměstnanosti. Pokud si naši politici vezmou příklad z vyspělých západních zemích, nakládání s finančními prostředky bude transparentnější, tak věřím i tomu, že se zlepší situace s výběrem daní a česká ekonomika se rozběhne na podobné nebo i vyšší tempo, jako tomu bylo před krizí v roce 2008.

## **Politické prostředí**

Politickou situaci v České republice považuji za nestabilní od roku 2004, kdy podal demisi premiér Vladimír Špidla. Od té doby téměř žádná vláda nedotáhla své

funkční období do zdárného konce. To považuji za zásadní problém pro kontinuální zavádění důležitých změn ku prospěchu země respektive ekonomiky. Velkou slabinou české politiky je populismus, který dle mého názoru slouží zejména k mocenským účelům politických stran. Z toho také pramení nerozhodnost voličů, kteří mnohdy nevolí dle svého přesvědčení, ale podle aktuálně výhodnějších předvolebních slibů. Pokud budou lidé naslouchat těmto nereálným představám o vývoji našeho státu, tak se pravděpodobně nedostaneme ze spirály zadlužování, kam se naše země dostala nejenom recesí na finančních trzích, ale také neustálými pády vládnoucích stran a také netransparentním hospodařením se státním rozpočtem.

Velkým problémem v naší politice je také vysoká korupce, která patří mezi velmi špatné napříč vyspělými státy.<sup>53</sup> S korupcí a neprůhledností financování státních projektů je důvěra v Českou politickou scénu velmi malá. Pokud se nezlepší systém rozdělování finančních prostředků a nezprůhlední se financování státních zakázek, nevzroste ani důvěra lidí v politice. Tím pádem nebude mít vliv ani vyšší zdanění, jelikož lidé nebudou ochotni platit za netransparentní rozpočty a tudíž si vždy najdou cestu, jak se vyššímu zdanění vyhnou. Proto vidím jedinou cestu v přirozené obměně politického prostředí, kdy dospějeme k tomu, že i bohatší budou ochotni podstoupit vyšší zdanění a firmám bude vytvářeno vhodné prostředí k podnikání a navyšování pracovních příležitostí.

### **Technologické prostředí**

Velkou výhodou projektu internetového aukčního portálu je jeho velké pokrytí, ale také dostupnost. Díky rozvoji moderních technologií se staly počítače a internet dostupným zdrojem informací pro širokou veřejnost. Dle průzkumu Českého statistického úřadu má počítač 68% domácnosti a připojení k internetu 67% domácností.

---

<sup>53</sup> GOLLA, P. Korupce v Evropě neklesá!. [online]. *Finance.cz* 2008 [cit. 2014-12-30]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/196080-korupce-v-evrope-neklesa-/>.



<sup>54</sup>.S narůstajícím procentem pokrytí populace internetem vzrůstá i podíl internetu na celkovém spotřebitelském prostředí, u spotřebitelských úvěrů a půjček nevyjímaje. Vzhledem k relativně malým požadavkům na hmotné zázemí může internetový aukční portál vynaložit vyšší část prostředků na internetový marketing. To je výhoda zejména vůči velkým finančním institucím. Malé náklady umožňují nižší poplatky a díky konkurenčnímu trhu, kdy se střetává poptávka dlužníků s nabídkou investorů můžeme dospět k ideálním podmínkám pro obě strany.

## **Ekologické**

Z hlediska ekologie se jedná o minimálně zatěžující projekt. Za zmínku stojí snad jen minimální množství tištěné inzerce a jiné papírové reklamy, společnost tím šetří životní prostředí a také tím zvyšuje efektivitu svých investic. Internetová reklama se na rozdíl od tištěné dá velmi dobře sledovat a přizpůsobovat, u papírové reklamy je velmi těžké odhadnout efektivitu. Navíc společnost považuje v dnešní době za mnohem účinnější například virální marketing.<sup>55</sup>

### **3.3 SWOT analýza**

Nejdůležitější poznatky analytické části jsou shrnuty za pomoci SWOT analýzy. Vhodnost využití této analýzy spočívá v jejím ohledu jak na vnitřní, tak i vnější okolí společnosti.

---

<sup>54</sup> BRUNER, Š. Počítače už patří k životu dvou třetin domácností. [online]. *Zpravy.e15.cz* 2013 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/ekonomika/pocitace-uz-patri-k-zivotu-dvou-tretin-domacnosti-1042123>.

<sup>55</sup> WIKIPEDIA. Virální marketing. *Cs.wikipedia.org* [online]. 2013 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD\\_marketing](http://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD_marketing).

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• nízké náklady na zázemí</li> <li>• nenáročnost chodu projektu</li> <li>• alternativní investice</li> <li>• transparentnost</li> <li>• jedinečnost na českém trhu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• počáteční nedůvěra</li> <li>• silné konkurenční prostředí u spotřebitelských úvěrů</li> <li>• orientace na uživatele internetu</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ovládnutí trhu</li> <li>• expanze</li> <li>• Investiční příležitosti</li> <li>• vzrůstající trh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nízké vstupní náklady</li> <li>• legislativní změny</li> <li>• zneužití osobních údajů</li> </ul>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### **Silné stránky**

- **nízké náklady na zázemí**

Oproti velkým finančním domům nebo jiných zprostředkovatelů ke své činnosti společnost nepotřebuje reprezentativní prostory na frekventovaném místě. Náklady na pronájem či koupi vlastní budovy patří mezi zásadní náklady. V našem případě však nehraje umístění roli, protože nejdůležitější je dostupnost na internetu.

- **Nenáročný chod projektu**

Není třeba mnoho zaměstnanců k tomu, aby mohla společnost fungovat. Je zapotřebí IT, které může být formou externí spolupráce, stejně tak jako právní oddělení nebo může být najat právník na hlavní pracovní poměr, který bude smluvním stranám upravovat dokumentaci, dle přesných specifik aukce. Dalších

členů není zapotřebí, možná tak akorát asistentka, která bude pomáhat jednateli společnosti s administrativní agendou.

- **Alternativní investice**

Aukční portál může také velmi dobře posloužit jako investiční nástroj pro drobné investory. Nabídka úrokových sazeb mnohdy překračuje úroky na kapitálových trzích za mnohdy nižší riziko než tyto nejlikvidnější finanční instrumenty, navíc není třeba investovat přehnané částky, jako třeba v některých fonděch. Na internetu jsem našel i článek s investorem, který v podobném projektu investoval a jeho názor je převážně pozitivní.<sup>56</sup>

- **Transparentnost**

Na rozdíl od ostatních nebankovních společností jsou podmínky půjčky předem jasné, jelikož se na nich domlouvá investor s dlužníkem, dalo by se říct, že podmínkám odpovídá úroková sazba, předem se stanoví, jaké je potřeba zajištění půjčky, nemůže se pak stát, že se změní před podpisem smlouvy podmínky pro dlužníka. Veškeré poplatky jsou uvedeny v sazebníku a pro dlužníka je nejdůležitější poplatek za vyřízení půjčky, jelikož při řádném splácení se ho jiné poplatky netýkají.

- **Jedinečnost na českém trhu**

Oproti společnostem poskytující klasické nebankovní úvěry, na trhu půjček, kdy si lidé půjčují navzájem mezi sebou, není velká konkurence, respektive je zde jedna firma, která zatím diktuje tempo a druhá, která je teprve v počátcích, jak uvedu ve finančním plánu, je zde potenciál zejména z hlediska poplatků, kde se dá snížením dosáhnout vyšší atraktivity a přitom stále vykazovat slušný zisk.

---

<sup>56</sup> PUJCKORADCE. Zkušenosti s Bankerat.cz – rozhovor s investorem.. *Pujckoradce.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-12-31]. Dostupné z: <http://www.pujckoradce.cz/zkusenosti-s-bankerat-cz-rozhovor-s-investorem/>.

## **Slabé stránky**

- **Počáteční nedůvěra**

Předpokládám, že pro starší generace může být problém, že u projektu nevidí fyzické zázemí, přirovnal bych to k internetovému obchodu. Lidé se bojí, že nemohou produkt reklamovat nebo se jít zeptat na informace a musí vše řešit přes internet, nicméně v dnešní době existuje spousta internetových diskuzí a stránek zabývajících se ochranou spotřebitele a recenzí společností, proto předpokládám, že se dobré jméno společnosti bude šířit rychleji.

- **Silné konkurenční prostředí**

Jelikož stát téměř nereguluje trh nebankovních úvěrů, je na trhu velké množství společností zabývajících se poskytováním půjček. Spousta z nich však svou činnost vykonává podvodným způsobem a vrhá tak špatné světlo na ostatní společnosti. Osobně bych zavedl vyšší míru regulace, stejně jako mají být zavedeny na trhu s tvrdým alkoholem po metanolové kauze z roku 2012 <sup>57</sup>.

- **Orientace na uživatele internetu**

Jak už bylo zmíněno, internet využívají zejména mladší generace, proto je slabou stránkou projektu omezenější trh. Je to však i příležitostí do budoucna, kdy se společnost musí zacílit i na tyto starší uživatele, kteří internet nevyužívají a zvýšit tak svůj obrat.

## **Příležitosti**

- **Ovládnutí trhu**

Společnost není limitována minimálními úroky, jako to je u společností poskytujících úvěry. Ty musí v úroku zohlednit i případné pohledávky, které budou

---

<sup>57</sup>NOVÁK, M. *Před rokem v Česku propukla metanolová aféra; má 47 obětí.* [online]. ČTK 2013 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pred-rokem-v-cesku-propukla-metanolova-afera-ma-47-obeti/978919>.

muset vymáhat a budou s nimi mít další náklady. Naše společnost je pouze zprostředkovatelem a jediné omezení je nabídka a poptávka trhu. Vzhledem k rizikovosti alternativních investic si myslím, že je budoucnost tomuto druhu půjčování finančních prostředků nakloněna.

- **Expanze**

Díky internetu lze expandovat i na zahraniční trhy, kde jediným zásadním problémem může být legislativa dané země. Nicméně na Slovensku podobná služba zatím není a proto vidím velký potenciál právě na Slovenském trhu, který je tomu našemu nejbližší.

- **Investiční příležitosti**

Aukční portál nemusí sloužit čistě jen pro potřeby hrazení dluhů, může také sloužit k zisku finančních prostředků k realizaci obchodní činnosti, rozsah využití je prakticky neomezený, jediným limitem a výše finančních prostředků a případné krytí, nicméně do budoucnosti bych chtěl zatraktivnit tento portál i pro větší investory, kteří by tak diverzifikovali své investice.

- **Vzrůstající trh**

Zde lze zmínit jak kontinuální nárůst uživatelů internetu, kdy lidé srovnávají nabídku produktů a služeb na internetu a existují i různé specializované servery, kde je možné si srovnat produkty bankovních i nebankovních společností. Popularita takových serverů roste, za zmínku lze uvést třeba chytryhonza.cz, mesec.cz nebo peníze.cz. Dalším vzrůstajícím trhem je pak trh spotřebitelských úvěrů. S tím, jak se příliš nemění situace na trhu práce a reálná mzda je ovlivněna z velké části platy ve velkých městech, spousta lidí řeší svoje finanční problémy půjčkami, dle grafu 2 v kapitole zadlužování je jasné vidět, jak zadlužení populace roste a na co nejčastěji lidé finanční prostředky využívají

## **Hrozby**

- **Nízké vstupní náklady**

Jak jsem již zmínil v předchozích řádcích, tato služba není náročná na počáteční investice. Není třeba vysokého finančního krytí jako v případě společností, které přímo poskytují finanční prostředky, proto se obávám možného vstupu konkurence

či zavedení podobné služby finančními institucemi. Důležité je trh dostatečně zaujmout a vybudovat stabilní pozici na trhu.

- **Legislativní změny**

Možnou hrozbou mohou být úpravy zákonů týkajících se úvěrů a půjček. Vzhledem k povaze našeho národa, kdy se stále najde spousta podvodných subjektů, které hledají mezery v zákonech a klamou spotřebitele. Nejvíce se našeho portálu týkají změny v Zákoně o spotřebitelském úvěru a Novém občanském zákoníku, nicméně jsou to změny vesměs pozitivní, které mají pomoci eliminovat nepoctivé zprostředkovatele. Aukčního portálu se změny zásadně nedotknou, jelikož naše reklama je zaměřena na představení služby a jejich výhod, ne na informace o sazbách a platebních podmínkách.

- **Zneužití osobních údajů**

Jelikož bude potřeba zpracovat velké množství osobních údajů od poptávajících, bude třeba velmi dobře zvládnout všechny právní aspekty s nakládání s osobními údaji, ale také bude potřeba dobrého zabezpečení, aby nemohlo dojít k případnému odcizení těchto choulostivých údajů. Předpokládá se i vysoká kontrola od Úřadu pro ochranu osobních údajů. Případné zneužití by mohlo mít velký vliv na existenci.

### **3.4 Marketingový mix**

Na základě analýzy trhu stanovím vhodný marketingový mix, který se specializuje na vybraný tržní segment. Podnik této velikosti musí při jednotlivých krocích využívat zejména externí společnost Kelio s.r.o., která bude z velké části zodpovědná za kvalitu marketingu společnosti Public Loan s.r.o. Vzhledem k velkému počtu firem na trhu finančních služeb má společnost velký přehled marketingových tahů-

#### **Produkt**

Samotný produkt, kterým bude služba zprostředkovávající půjčování finančních prostředků je popsána níže v této práci. Stejně tak srovnání trhu s nebankovními úvěry. Shrnu-li poznatky z obou těchto částí, tak služba společnosti Public Loans s.r.o. bude

patřit mezi ojedinělou na trhu úvěrů a půjček a svým způsobem je atraktivní jak pro lidi, kteří peníze poptávají, stejně tak i pro lidi, kteří hledají vhodné zhodnocení. Právě pomocí aukce mohou obě strany dosáhnout velmi dobrých podmínek.

## **Cena**

Při výpočtu ceny za zprostředkování půjčky společnost vycházela ze srovnání s konkurenční společností, která si účtuje 5% z celkové částky od poptávajícího a 5% od nabízejícího. Naše společnost i díky poměrně nízkým nákladům může volit nižší marže a tudíž se zatraktivní pro případné zájemce. V našem případě si naše společnost bere zprostředkovatelskou provizi ve výši 4% z celkové částky od poptávajícího a 3% od nabízejícího, celkově je tak zprostředkovatelská provize 7% z celkové částky. Z tabulky č. 2 je patrné, že i s takovou marží patří nabízená služba mezi nejlepší na trhu nebankovních půjček.

## **Distribuce**

Naše služba se bude poskytovat výhradně přes internet. Vzhledem k již poměrně velkému pokrytí výpočetní technikou a internetem je naše služba rozšířena téměř po celé republice. Navíc díky korespondenčnímu systému doručování podkladů má naše společnost „pobočku“ v každém městě či obci, kde se nachází Česká pošta s Czech pointem. V tom je velká výhoda oproti většině bankovních i nebankovních společností, které fungují ve svých kamenných pobočkách.

## **Propagace**

Společnost plánuje výhradně reklamu pomocí internetu. Z osobních zkušeností považují tištěnou reklamu za neefektivní v poměru s vynaloženými náklady. Své poznatky čerpám z pracovních zkušeností, kdy v naší společnosti byly využity jak reklamy tištěné, tak i elektronické. Mezi hlavní patří reklama pomocí funkcí Sklik na portálu seznam.cz a AdWords na portálu google.cz. Jedná se o placené pozice ve vyhledávacích, kdy při vyhledávání klíčových slov, v našem případě se jedná zejména o slova jako půjčky online a nebankovní půjčky. Další z plánovaných reklamních tahů je zaplacení článků na předních českých finančních serverech jako například idnes.cz či finance.cz. Na marketing jako takový bude vynaloženo v počátcích až 60 000 Kč za měsíc. V závislosti na tržbách se bude případně vynaložená částka zvyšovat. Na základě

doporučení marketingových specialistů společnost vyhodnotí v budoucnu možnost tištěné reklamy.

### 3.5 Srovnání trhu nebankovních úvěrů

Mým osobním cílem bylo srovnat nebankovní úvěry a poukázat na zajímavou alternativu ve formě aukčních portálů zprostředkující spotřebitelské půjčky. Na základě devíti základních parametrů jsem srovnal nabízené produkty od největších nebankovních společností a porovnal ji s právě probíhající dražbou na portále [www.bankerat.cz](http://www.bankerat.cz) <sup>58</sup>. Je třeba podotknout, že u většiny zprostředkovatelů se jedná o obecnou nabídku a je pravděpodobné, že na základě osobního posouzení klienta dojde ke změně úrokové sazby. V kalkulaci jsou uvedeny náklady s čerpáním a správou úvěru. Údaje při porušení platebních podmínek, následného penále či zpoplatnění úvěru zde neuvádím, nicméně i tyto údaje považuji za velmi důležité a velmi bych doporučil, aby si lidé tyto údaje zjistili společně s podmínkami pro získání úvěru.

#### Kritéria srovnání :

- Celková výše úvěru,
- Měsíční splátka,
- Úroková míra,
- RPSN <sup>59</sup>( roční procentní sazba nákladů),
- Poplatek za vyřízení úvěru,
- Poplatek za vedení úvěru,
- Další náklady spojené s úvěrem,
- Možnost předčasného splacení úvěru zdarma,
- Nutnost doložení příjmů při žádosti o úvěr,

---

<sup>58</sup> BANKERAT. *Seznam aukcí. Bankerat.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupný z: <https://www.bankerat.cz/seznam-zadosti/detail-zadosti/ap1029688/>

<sup>59</sup> NACHER, Vilém. *Co je tedy často zmiňované RPSN* [online]. [bankovnipoplatky.com](http://bankovnipoplatky.com) 2007 [cit. 2013-11-10]. Dostupný z : <http://www.bankovnipoplatky.com/co-je-tedy-to-casto-zminovane-rpsn-613.html>



### Cofidis

Francouzská společnost Cofidis je mezinárodní finanční společností, které se specializuje na poskytování spotřebitelských úvěrů na dálku. Nabízí hlavně online půjčky a různorodé spotřebitelské úvěry. Tomu také odpovídají sazby.

### Acema Credit

Původně česká společnost, která vznikla sloučením společností ACM Money Česká republika, a.s. a zahraničního investora, patří mezi menší zprostředkovatele. V současné době se prezentuje jako společnost, které půjčí každému bez ohledu na jeho věk a příjmy. Z tabulky je patrné, čím si tato společnost kompenzuje poněkud benevolentnější hodnocení žadatelů.

### Cetelem

Dceřiná společnost francouzské banky BNP Paribas. Na našem trhu patří mezi největší a nejvýznamnější poskytovatele nebankovních úvěrů. Lze si půjčit téměř na cokoliv opět se velmi liší možnosti poskytnutých podmínek.

### Home Credit

Společnost Home Credit patří v současné době na českém trhu mezi největší hráče zprostředkovávající spotřebitelské úvěry a půjčky. Půjčky je možné vyřídit jak online, tak i osobně, nejčastěji na pobočkách České pošty. Půjčky poskytuje až do výše 150 000 Kč. Home Credit patří mezi poměrně slušné zprostředkovatele nebankovních půjček a svým vzorně placícím klientům se snaží nabízet zajímavé služby. Aktuálně třeba nabízí svým klientům, že při pravidelném splácení, kdy v řádném termínu splatí klient 12 po sobě jdoucích splátek, vrátí poměrnou část zaplacených úroků.<sup>60</sup> Čím už se společnost tolik nechlubí, že pokud byste se pak třeba ve splátkách zpozdil, bude po vás požadovat vrácenou částku zpět.

---

<sup>60</sup> HOME CREDIT. Vrácení úroků. *Homecredit.cz* [online] 2013 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: <http://www.homecredit.cz/polovina-uroku-zpet/>

## Bankerat

Společnost Bankerat působí na našem trhu teprve od roku 2011, nicméně oblība její služby stále roste. Společnost sama o sobě finanční prostředky neposkytuje, nicméně spojuje nabídku s poptávkou, konkrétně pak lidi, kteří finanční prostředky poptávají s těmi, kteří chtějí investovat. Je to zajímavá alternativa k nebankovním společnostem, jelikož lze mnohdy získat mnohem zajímavější podmínky než u ostatních společností, navíc výše půjček vždy závisí na domluvě s případnými investory.

Vzorový úvěr je na částku 150 000 Kč při splatnosti 60 měsíců. Dle zadaných podmínek se jedná o samoživitele s příjmem 15 000 Kč měsíčně bez jiných bankovních či nebankovních závazků avšak se záznamem v bankovních registrech.

**Tabulka 2:Nabídka úvěrů nebankovních společností**

Ukazatel	Cofidis	Acema Credit	Cetelem	Home Credit	Bankerat
Celkové množství peněz zaplacených za půjčku	214 480 Kč	249 760 Kč	208 560 Kč	221 700 Kč	209 780 Kč
Měsíčná splátka	3 653 Kč	3 797 Kč	3 493 Kč	3 688 Kč	3 413 Kč
Úroková míra	14,93%	15,38%	14,04%	16,29%	13%
RPSN	16%	26,40%	16,22%	18,33%	15,53%
Poplatek za vyřízení půjčky	0 Kč	10 000 Kč	1 500 Kč	500 Kč	5 000 Kč
Poplatek za vedení půjčky	0 Kč	199 Kč	49 Kč	35 Kč	0 Kč
Nutnost doložení příjmů	ano	ne	ano	ano	ano
Předčasné splacení zdarma	ano	ne	ano	ano	ano

Zdroj : Cofidis<sup>61</sup>, Acema Credit, Cetelem, Home Credit, Bankerat

---

<sup>61</sup> Cofidis. *Úvěr na cokoliv*. Cofidis.cz [online] 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: <http://www.icofidis.cz/uver-na-cokoliv/>

Z výsledků je patrné, kolik u jaké instituce tento žadatel zaplatí, jaké jsou měsíční splátky a celková sazba ročních procentních nákladů. Jsou zde patrné poměrně znatelné rozdíly u jednotlivých společností. U portálu Bankerat se jednalo o konečnou nabídku, nicméně v obdobných případech může být úrok nižší, ale i vyšší v závislosti na nabídce ze strany případných investorů. Proto беру tuto možnost jako velmi dobrou alternativu současných poskytovatelů nebankovních úvěrů.

### **3.6 Dotazníkové šetření**

Jelikož se produkty i samotné podmínky liší, pomocí dotazníkového šetření ať už klientů naší společnosti Akademie realit s.r.o. respektive akademie finance s.r.o. ve kterých pracuji, dále pak dotazníků přes sociální sítě jsem zjišťoval, jaká kritéria jsou pro lidi důležitá a jaké jsou jejich zkušenosti s půjčkami celkově. Abych byl schopen předložit relevantní výsledky, dotazníku se zúčastnilo celkem 325 respondentů. Jednalo se o různé lidi ať už z hlediska věku, tak příjmů či dosaženého vzdělání. Menší dotazníkové šetření bylo využito zásadně u klientů poptávajících finanční prostředky, tyto jsem dotázel, jestli už o podobném systému slyšeli nebo jestli by tuto službu využili, pokud by jim nabídla srovnatelné či lepší podmínky. Tabulky se získanými daty jsou součástí přílohy.

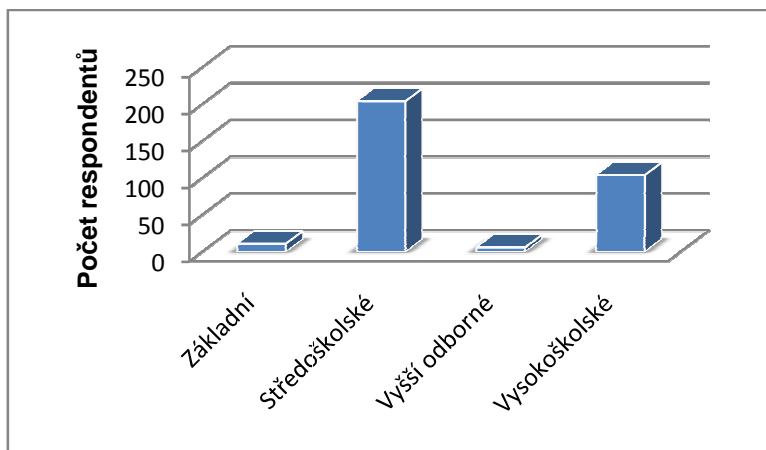
Respondenti hodnotili konkrétní kritéria :

1. Výše úrokové míry,
2. Výše měsíční splátky
3. Výše roční procentní sazby nákladů,
4. Poplatek za vyřízení půjčky,
5. Poplatek za vedení půjčky
6. Další náklady spojené s půjčkou,
7. Celkovou zaplacenou částkou za půjčku,
8. Možnost předčasného splacení půjčky zdarma

V grafech uvádím údaje o dotazovaných respondentech. Jednalo se o klienty realitní a finanční společnosti Akademie realit s.r.o., která se mimo jiné také zabývá

půjčováním finančních prostředků, ale také spolužáků či známých. Z toho plyne poměrně slušná diverzifikace mezi širokou část obyvatel. Ještě podotknu, že větší podíl respondentů a to téměř 60% byli muži, ženy 40%.

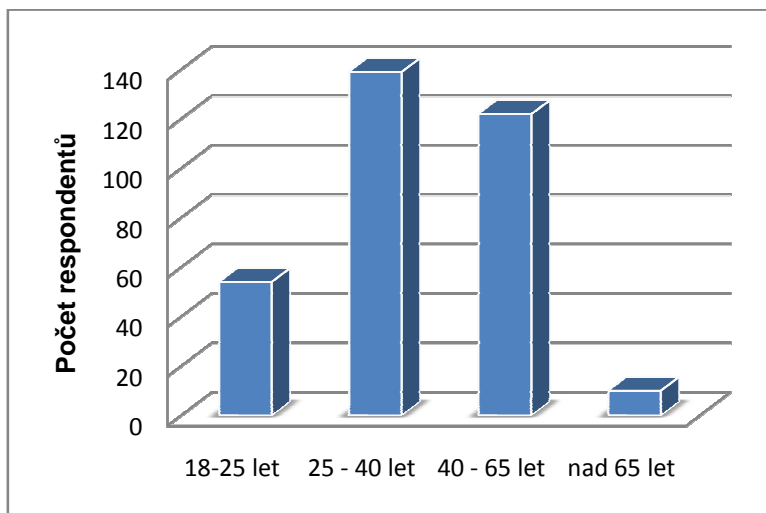
**Graf 4: Vzdělání respondentů**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z výsledků nejvyššího dosaženého vzdělání je patrné, že největší podíl měli středoškolsky vzdělaní lidé, všeobecně jsou lidé se středním či nižším vzděláním častějšími klienty nebankovních společností, zejména kvůli nižším příjmům.

**Graf 5: Věk dotázaných respondentů**

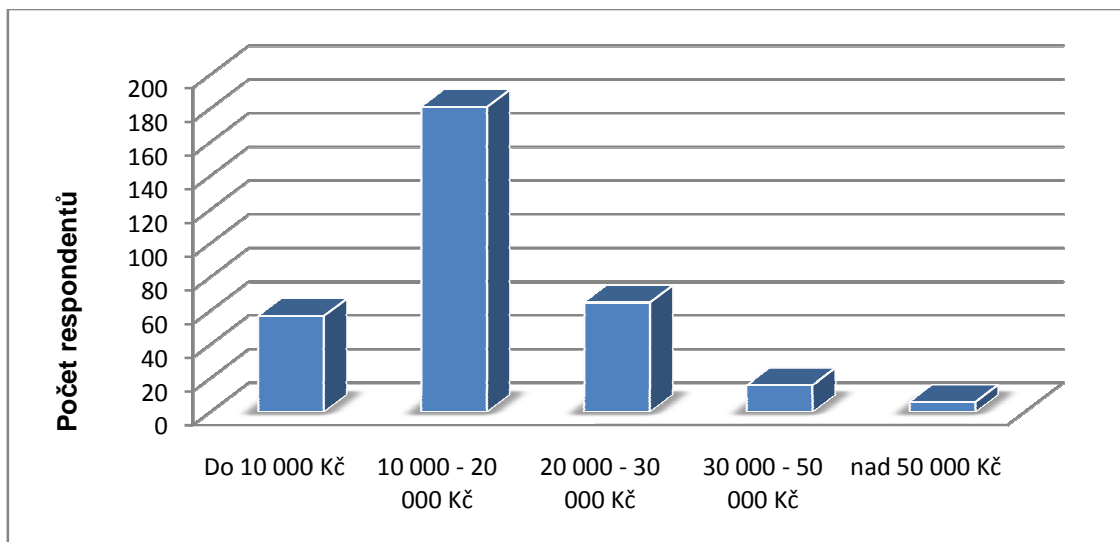


*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejvíce respondentů bylo mezi věkem 25 a 40 let. To je věkové rozpětí nejčastějších klientů realitní společnosti. Avšak dle statistik exekutorů je to i nejčastější

věk u lidí s exekucemi. Z větší části se pak na této statistice podílejí muži.<sup>62</sup> z vlastní zkušenosti je typický dlužník člověk okolo 50 let, který přišel o práci, nemá finanční rezervu a pracovní možnosti jsou limitované věkem a horší přizpůsobivostí jiným pracovním možnostem.

**Graf 6: Průměrná čistá mzda mezi dotazovanými**



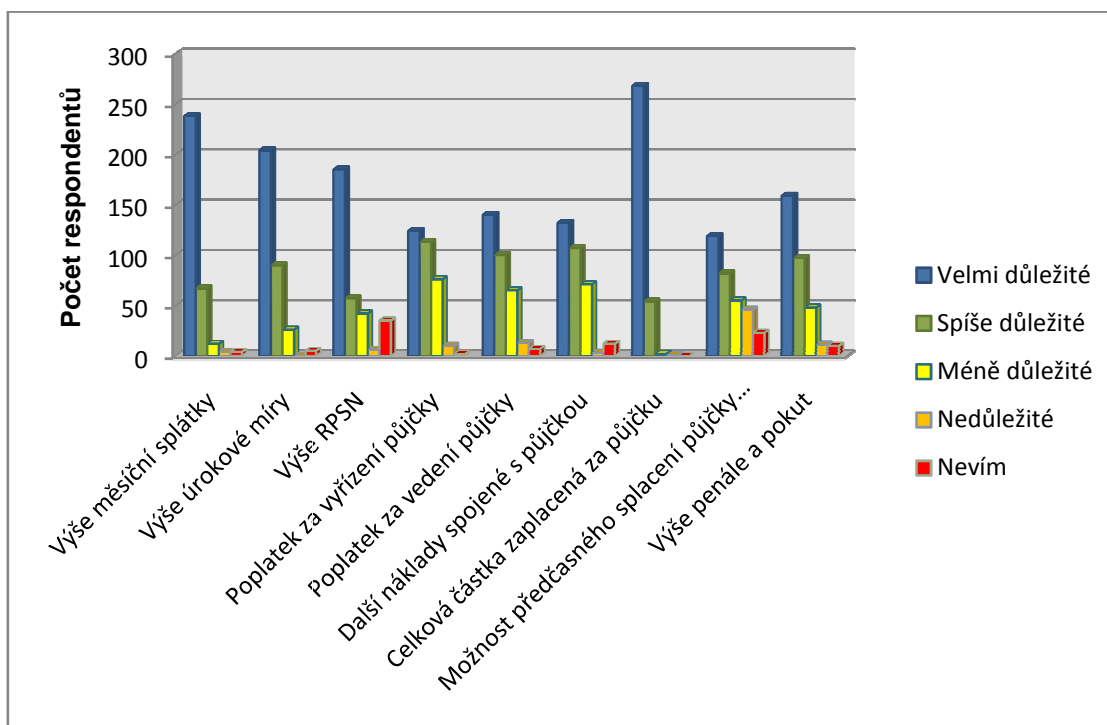
*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejvíce dotazovaných patřilo do skupiny, která se stěží dostane na hranici průměrné měsíční mzdy v České republice. Obecně se jednalo nejčastěji buď o starší lidi s nižším vzděláním, nebo absolventy čerstvě po nástupu do zaměstnání. Tato skupina patří mezi nejrychleji se zadlužující. Hlavním důvodem je potřeba osamostatnit se od rodičů avšak většina z nich čekala vyšší platové ohodnocení a tudíž žijí často na dluh.

V grafu č. 7 se snažím vyhodnotit hlavní otázky, na které respondenti odpovídali. Hlavním cílem bylo zjistit, co je pro dotazované důležité a čemu nepřikládají takovou váhu.

<sup>62</sup> VAVRUŠÁK, J. *Typický dlužník? Muž středního věku s dluhem 83 tisíc.* [online]. Deník.cz. 2013 [cit. 2013-12-31]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/ekonomika/typicky-dluznik-muz-stredniho-veku-s-dluhem-83-tisic-20131216.html>

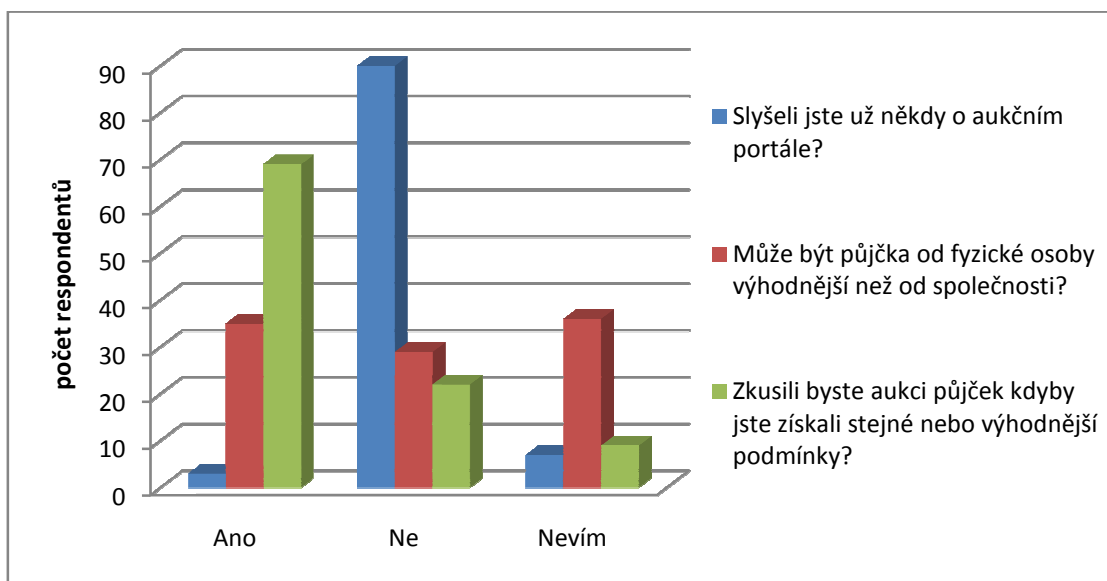
Graf 7: Vyhodnocení dotazníkového šetření



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že nejvíc je pro lidi důležitá celková částka, kterou za půjčku či úvěr zaplatí a to téměř 83% dotázaných. Spousta lidí už se také začala zajímat o RPSN, což dříve také nebylo zvykem, jelikož lidé nevěděli, o co se jedná. Co mě však celkem překvapilo je to, že nejmenší důležitost lidé přiřazují možnosti předčasného splacení a to necelých 37%. Z mého pohledu je to poměrně zásadní informace, nicméně je vidět, že většina lidí řeší aktuální problémy, ne tolik případné možnosti úvěru. Stejně tak nízkou váhu označili lidé u poplatků a penále, což je dle mého názoru další velmi důležitý faktor vzhledem k tomu, že spousta lidí řeší prodlevu se splácením a netuší, že někdy může být jejich úvěr zesplatněn po první opožděné splátce, na tom dnes vydělává velká část nepoctivých zprostředkovatelů a je potřeba dávat pozor, jaké podmínky jsou uvedeny ve smlouvách.

**Graf 8: aukční portál půjček**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Počet dotázaných respondentů, kteří poptávali půjčku byl nižší než počet lidí, kteří hodnotili půjčky jako takové. Jednalo se o klienty společnosti Akademie Finance s.r.o., kteří poptávali půjčku. Z průzkumu bylo patrné, že lidé příliš nevěří nebankovním společnostem a hledají alternativy v možnosti půjčování finančních prostředků. Dokonce i poměrně slušná část respondentů uvedla, že pokud by získala minimálně stejné podmínky, jako u nebankovních společností, tak by tuto možnost zvážila. Na druhou stranu, bavíme-li se o možnosti zhodnocení finančních prostředků pro případné investory v řádu desítek procent, jedná se o alternativu k mnohem rizikovějším možnostem investování.

Z tohoto hlediska beru službu aukčního portálu půjček jako uskutečnitelnou a vidím v ní zajímavou alternativu k současným nebankovním společnostem a to zejména díky její jednoduchosti.

## 4. VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

V této části diplomové práce se zaměřuji na vlastní návrh řešení, sloužící jako stručná představa o plánovaném podnikání v oboru finančnictví. Za pomoci finančního plánu Zjistím, zda je podnikání výhodné a zda je tento podnikatelský záměr reálný.

### 4.1 Volba právní formy podnikání

Při volbě právní formy je třeba brát na vědomí problematiku odpovědnosti, která v tomto oboru podnikání bývá obrovská. Z tohoto důvodu není možné tuto činnost vykonávat jako OSVČ. Nejlepší variantou bude obchodní společnost. Nejjednodušší a také finančně nejméně nákladná se jeví společnost s ručením omezeným ( dále jen s.r.o.). Pokud by se podnikatelský záměr nebyl nezdařil, společnost ručí za závazky pouze do výše vkladu základního kapitálu. Vklad do podnikání je dle zákonné úpravy 200 000 Kč a celý se splatí. Od 1.1.2014 navíc začne platit Nový občanský zákoník, kdy bude možné založit firmu s.r.o. se základním kapitálem pouze 1 Kč, tudíž pro spoustu začínajících podnikatelů odpadne starost s obstaráváním tohoto administrativního kapitálu. Zvýší se však odpovědnost jednatelů, kteří budou nést větší odpovědnost v případě úpadku společnosti.

#### Administrativní kroky podnikání

##### Založení s.r.o.

- Sepsání zakladatelské listiny formou notářského zápisu ( v případě více společníků formou společenské smlouvy)
- Podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku a zakoupení patřičného kolku

##### požadované doklady :

- doklad o založení s.r.o. (zakladatelská listina, společenská smlouva)
- doklad o předmětu podnikání (výpis u živnostenského rejstříku )
- doklad o splacení základního vkladu (potvrzení banky o složení základního kapitálu na evidenční účet)
- doklad o sídle (prohlášení vlastníka či zmocněného správce prostoru písemně)
- doklady jednatelů (Výpis z rejstříku trestů - trestní bezúhonnost)



### **Ohlášení živnosti volné:**

- Na kterémkoliv kontaktním místě obecního živnostenského úřadu osobně nebo na kontaktním místě veřejné správy – CZECH POINT, elektronicky (formou zaručeného elektronického podpisu či do datové schránky)

### **požadované doklady:**

- doklad o zřízení právnické osoby (případně výpis z obchodního rejstříku ne starší než 3 měsíce)
- vyplněný „jednotný registrační formulář pro právnické osoby“
- doklad o zaplacení registračního poplatku
- doklad o právním odůvodnění využívání prostor sídla společnosti (pro společnosti, které ještě nebyly zapsána do obchodního rejstříku)
- registrace u finančního úřadu
- registrace u zdravotní pojišťovny a u správy sociálního zabezpečení

### **Ohlášení živnosti vázané:**

- Pro účely našeho podnikání je třeba i živnosti vázané a to konkrétně Zprostředkování spotřebitelských úvěrů. Tato živnost spočívá v činnostech spojených s poskytováním nebo příslibem spotřebitelského úvěru, jímž se rozumí odložené platby, půjčky, úvěry nebo jiné obdobné finanční služby spotřebiteli věřitelem nebo zprostředkovatelem podle zákona o spotřebitelském úvěru.

### **Požadované doklady**

- Středoškolské vzdělání s maturitní zkouškou v daném oboru, nebo
- Osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro danou činnost vydaný zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, nebo ministerstvem, do jehož působnosti provozované odvětví patří, nebo

- 3 roky prokazatelné praxe v oboru

## 4.2 Popis podniku

Společnost Public Loan s.r.o. je nově vznikající společnost na českém trhu, která svou činnost na českém trhu začne 1.1.2014. Svůj anglický název volí s ohledem na případnou expanzi do zahraničí a spravuje zprostředkovatelský aukční portál půjček [www.pujcky-lidem.cz](http://www.pujcky-lidem.cz). Jediným zakladatelem bude Marek Hadač, který má zkušenosti v oboru, ale také patřičná živnostenská oprávnění k vykonávání tohoto podnikatelského záměru. Společně s jednatelem společnost zaměstná správce webových stránek, který bude mít společně s jednatelem na starosti chod aukčního portálu. Dál pak zaměstná asistentku, která má bude mít na starost administrativní úkony a evidenci dokumentů. Právní služby si společnost zajistí externě, kdy bude platit paušálně advokátní kancelář která zajistí smlouvy a případné vymáhání. Společnost nebude disponovat žádným odepisovatelným majetkem.

### Popis poskytované služby

Hlavní funkcí portálu [pujcky-lidem.cz](http://pujcky-lidem.cz) bude dávat dohromady nabídku finančních prostředků s jejich poptávkou. Pokud jsem člověk poptávající finanční prostředky, postup je následný. Zaregistruji se na portálu a uvedu zde své osobní údaje včetně úředně ověřeného dokladu totožnosti. Dále pak uvádím informace o svém zaměstnání, majetku a závazcích. Aby zvýšil svou věrohodnost a případně zvýšil procento získání půjčky, je zapotřebí dodat výpis z registru klientských informací NRKI a BRKI. Dalším krokem může být spoluručitel. Portál dále prověří insolvenční rejstřík a kontrolu v registru Centrální evidence exekucí ( CEE ) vedenou Exekutorskou komorou České republiky. Taktéž bude ověřena klientova adresa zasláním kopie vyúčtování pravidelných služeb ( Např. faktura za telefon, SIPO ). Výpisy z rejstříků nejsou povinné, nicméně klesá žadatelova šance na slušné podmínky ze strany investora. Všechny tyto informace zůstávají v dokumentaci portálu [pujcky-lidem.cz](http://pujcky-lidem.cz), dostávají se do rukou případného „vítězného“ dražitele a to po předchozím písemném souhlasu žadatele o poskytnutí těchto informací věřiteli.

Pokud je žadatel zaregistrovaný, může si založit vlastní aukci. Princip je velmi podobný jiným aukcím na internetu. Aukce trvá nejdéle 21 dní a v jejím průběhu má žadatel možnost přijímat nabídky věřitelů. Žadatel může aukci ukončit i předčasně, pokud se domluví na podmínkách s věřitelem. Žadatel také může celkovou částku získat přijmutím více nabídek, celková částka však nesmí přesáhnout celkovou požadovanou částku. Zadavatel může také nabídku odmítnout, pokud se tak stane, nemůže pak stejnou nabídku přijmout znovu.

V případě uskutečnění dražby dodá žadatel veškerou požadovanou dokumentaci. Portál [www.pujcky-lidem.cz](http://www.pujcky-lidem.cz) provede správnost a kontrolu údajů. Pokud vše souhlasí, vypracovává smluvní dokumentaci k půjčce, kterou následně zašle věřiteli k jeho schválení a následnému podpisu. Dále pak zašle dokumentaci dlužníkovi, který ověřenou kopii vrací zpět portálu. Veškerá smluvní dokumentace zůstává portálu avšak jak věřitel, tak i žadatel mají možnost nahlédnutí případně pořízení kopie. Veškerou komunikaci s žadatelem obstarává portál, věřitel tak nemá starosti s průběhem půjčky a případnými dotazy.

Pokud dojde k prodlevě ve splácení, zasílá portál žadateli písemnou upomínku. Pokud dojde k opětovnému zaslání upomínky, budou tyto upomínky zpoplatněny. Pokud žadatel zůstává v prodlení 30ti kalendářních dní od doby poslední nesplacené částky a nenavrhne vhodné řešení situace, dojde k zesplatnění půjčky. Pokud dojde k zesplatnění půjčky, nabídne portál po domluvě s věřitelem náhradní splátkový kalendář a notářský zápis s doložkou přímé vykonatelnosti. Pokud nedojde k dohodě o novém splátkovém kalendáři do 30ti dnů od zesplatnění půjčky, podává portál návrh na Směnečný platební rozkaz či Elektronický platební rozkaz, vše na základě plné moci od věřitele. Po vydání Směnečného platebního rozkazu či Elektronického platebního rozkazu dochází k zaslání exekutorovi a ten následně zahajuje exekuci.

Pokud shrnu tyto podmínky, jedná se dle mého názoru o poměrně transparentní řešení poskytnutí nebankovních půjček. Na rozdíl od pochybných subjektů, které na českém trhu působí chce firma Public Loan s.r.o. chce umožnit lidem získat nejlepší možnou nebankovní půjčku, stejně tak chce umožnit lidem disponujícím kapitálem zajímavé zhodnocení jejich finančních prostředků s odpovídající mírou rizika.

## **Cíle společnosti**

Hlavním cílem společnosti je v krátkém časovém horizontu získat stabilní pozici na trhu s nebankovními půjčkami a být atraktivní jak pro lidi, kteří peníze poptávají, tak i pro lidi, kteří hledají zhodnocení svých finančních prostředků. Vzhledem k nízkým pořizovacím nákladům by společnost chtěla rozšířit své služby i do zahraničí, zejména pak Slovenska či v delším časovém horizontu Polska a chce tak lidem nabídnout alternativu k dnešním nebankovním společnostem, které nemají příliš dobré renomé.

## **Faktory úspěchu**

Mezi hlavní výhodu naší služby považují její flexibilitu. Jelikož nejsou stanovena přesná kritéria výše úrokových sazeb či výše splátek, má investor možnost získat atraktivní zhodnocení svých finančních prostředků a stejně tak se i poptávající může dostat k velmi výhodným podmínkám pro získání půjčky. Do budoucna je možné zapojit do systému i bankovní instituce, které v dnešní době také bojují o klientelu, nicméně prvotním cílem je ukázat, že tento systém funguje a může být prospěšný všem zúčastněným stranám.

## **Tržní zacílení**

Naší hlavní klientelou budou uživatelé internetu. Jak bylo zmíněno v teoretické části, počítač vlastní 2/3 domácností a internet využívá zhruba polovina české populace. Jedná se tedy o poměrně rozsáhlý trh, a pokud vezmeme v potaz, kolik se ročně v Česku zprostředkuje ať už bankovních či nebankovních půjček, tak i naše optimistické předpoklady mohou být ve skutečnosti podhodnocené. Společnost si uvědomuje, že je potřeba klientelu správně oslovit, jelikož potenciálních klientů je na trhu spousta, nicméně jde o to, jak je oslovit. Proto společnost plánuje vynaložit poměrně velké marketingové náklady, které bude v dalších letech navyšovat.

## **Časový harmonogram rozvoje projektu**

Samotná realizace projektu včetně zavedení systému je plánovaná na první dva měsíce roku 2014, kdy dojde k implementaci samotného aukčního portálu na internet stejně tak jako zprovoznění kanceláří společnosti. Dle budoucího vývoje, který bude nejbližší odpovídat třem navrhovaným scénářům společnost zváží svou expanzi na Slovensko. Při dosažení dobrých výsledků odpovídajícím realistické či optimistické

variantě by společnost mohla svou expanzi provést v rámci plánovaného pětiletého období. Stejně tak společnost zváží nákup vlastních kancelářských prostor, čímž by zredukovala náklady a vylepšila tak finanční ukazatele.

### 4.3 Finanční plán

Společnost plánuje základní kapitál ve výši 200 000 Kč, který složí jediný jednatel na bankovní účet. Bude si také brát bankovní úvěr na pokrytí počátečních investic ve výši 351 550 Kč. Společnost se přihlásí k placení DPH hned při svém začátku, jelikož se předpokládá, že obrat přes 1 000 000 Kč dosáhne nejpozději za 3 měsíce od začátku svého podnikání. Sazba DPH je pro výpočet na celé pětileté období ve výši 21% . Vzhledem k výsledkům voleb do poslanecké sněmovny v roce 2013, kdy nová vláda nechce sjednocovat sazbu DPH na 17,5% v roce 2016. Náklady společnosti jsou již uvedeny bez DPH. Pro zakladatelský plán společnosti Public Loan s.r.o. budou vynaloženy tyto vstupní náklady spojené se zřízením společnosti (právní úkony, poplatky apod.).

**Tabulka 3: Zahajovací rozvaha**

Aktiva		zahahovací rozvaha k 1.1.2014		Pasiva	
Dlouhodobý majetek		0 Kč	Vlastní kapitál	200 000 Kč	
Dlouhodobý hmotný majetek		0 Kč	Základní kapitál	200 000 Kč	
Dlouhodobý nehmotný majetek		0 Kč	Rezervní fond	0 Kč	
Dlouhodobý finanční majetek		0 Kč	Hospodářský výsledek	0 Kč	
Oběžná aktiva		551 550 Kč	Cizí zdroje	0 Kč	
Zásoby		0 Kč	Závazky	0 Kč	
Pohledávky		0 Kč	Bankovní úvěry	351 550 Kč	
Krátkodobý finanční majetek		551 550 Kč			
Aktiva celkem		551 550 Kč	Pasiva celkem	551 550 Kč	

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Jak bylo zmíněno v popisu společnosti, není v plánu pořizovat dlouhodobý hmotný majetek, společnost i dá veškeré své počáteční investice ihned do nákladů. Společnost patří mezi kapitálově lehké podniky, je to dáno hlavně oborem podnikání a kapitálovou nenáročností.

**Tabulka 4: Zřizovací náklady**

Zřizovací výdaje společnosti	
sepsání zakladatelské listiny - notář	3 000 Kč
ohlášení živnosti	1 000 Kč
poplatek za registrační formulář	50 Kč
poplatek za vystavení potvrzení bankou	500 Kč
zápis do obchodního rejstříku	6 000 Kč
<b>celkem</b>	<b>10 550 Kč</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Společnost zvažovala pořízení Ready made společnosti, nicméně z finančního hlediska bylo výhodnější společnost založit svépomocí.

Bude také zapotřebí zakoupit vybavení kanceláře. Konkrétně pak nábytek a elektronické vybavení kanceláře k zajištění chodu společnosti. Samotný server bude v rámci realizace projektu zajišťovat společnost Kelio s.r.o. nicméně zbytek je zapotřebí zejména pro administraci a případné řešení problémů.

**Tabulka 5: Náklady na vybavení**

Vybavení kanceláře	
nábytek	150 000 Kč
počítače	20 000 Kč
tiskárny	15 000 Kč
ostatní vybavení	15 000 Kč
<b>celkem</b>	<b>200 000 Kč</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## Financování

V následující tabulce je vybráno konkrétní financování investičního záměru.

**Tabulka 6: financování podnikatelského plánu**

Ukazatel	UniCredit	Česká Spořitelna	Air bank	Equa bank	Zuno banka
Celkové množství peněz zaplacených za půjčku	614 800 Kč	665 192 Kč	647 280 Kč	647 136 Kč	618 984 Kč
Měsíčná splátka	8 500 Kč	9 222 Kč	8 990 Kč	8 988 Kč	8 597 Kč
Úroková míra	6,90%	9,84%	8,90%	8,89%	7%
RPSN	8%	10,60%	9,28%	9,27%	7,55%
Poplatek za vyřízení půjčky	1 000 Kč	500 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Poplatek za vedení půjčky	150 Kč	59 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Nutnost doložení příjmů	ne	ano	ano	ano	ano
Předčasné splacení zdarma	ano	ne	ano	ano	ano

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Tyto počáteční finanční prostředky, sloužící k pokrytí zřizovacích výdajů a jiných nenadálých investic ve výši 500 000 budou financovány Presto půjčkou od UniCredit banky. Srovnáním produktů vyšla tato půjčka nejvýhodněji, pravděpodobně s ohledem na osobní účet, který má jednatel vedený v této bance.

## Marketingové náklady

Mezi základní prvek marketingových nákladů patří samotná realizace webového portálu spravující aukce půjček. Realizací projektu bude pověřena společnost Kelio s.r.o. Kompletní kalkulace nákladů na vytvoření portálu je v příloze této práce. Dalším výdajem je internetová reklama. Konkrétně pak kampaně sklik na serveru [www.seznam.cz](http://www.seznam.cz) a dále pak na stránkách [www.google.cz](http://www.google.cz). U obou těchto webů dochází k SEO optimalizaci stránek, aby se dostávaly na první pozice internetových vyhledávačů. Částka je pak uvedena jako celková a platí se měsíčně.

**Tabulka 7: Počáteční marketingové náklady**

Marketingové náklady	
tvorba webového portálu	81 000 Kč
internetová reklama ( měsíčně )	50 000 Kč
<b>celkem</b>	<b>141 000 Kč</b>

*Zdroj :Vlastní zpracování*

Přesná kalkulace marketingového měsíčního plánu je uvedena v příloze číslo 4, kde je definována struktura nákladů jdoucí do internetových reklamních kampaní.

### **Mzdové náklady**

Společnost zaměstná správce webových stránek, který bude mít na starost chod aukčního portálu a případné technické závady. Dále pak společnost zaměstná asistentku, které bude vyřizovat veškerou agendu, zejména pak korespondenci v rámci odesílání pošty. Mzdu si vyplácí i jednatel, který zařizuje veškeré úkony potřebné k chodu společnosti.

**Tabulka 8: Mzdové náklady**

Mzdy	jednatel	správce stránek	asistentka
Fixní hrubá mzda	30 000 Kč	30 000 Kč	20 000 Kč
Sociální pojištění zaměstnavatele	7 500 Kč	7 500 Kč	5 000 Kč
Zdravotní pojištění zaměstnavatele	2 700 Kč	2 700 Kč	1 800 Kč
<b>Mzdové náklady</b>	<b>40 200 Kč</b>	<b>40 200 Kč</b>	<b>26 800 Kč</b>
<b>Celkové mzdové náklady</b>	<b>107 200 Kč</b>		

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### **Provozní náklady**

Zde jsou uvedeny všechny veškeré relevantní náklady, které bude nutné každý měsíc vynaložit. Mezi nejdůležitější provozní náklady společnosti patří měsíční nájemné. Jedná se o pronájem prostor o rozloze 70m<sup>2</sup> v obchodním centru Meta v Brně



na ulici Lidická 61 ve 4. Patře. Dalšími položkami jsou zejména energie, reklama a splátka úvěru.

**Tabulka 9: Provozní náklady**

Provozní náklady	
nájem	30 000 Kč
energie	7 500 Kč
internet	4 000 Kč
kancelářské potřeby	3 000 Kč
marketing	50 000 Kč
účetnictví	1 000 Kč
splátka úvěru	8 500 Kč
<b>celkem</b>	<b>104 000 Kč</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### **Přímé náklady**

Mezi přímé náklady počítám náklady na vypracování smluvní dokumentace k uskutečněním obchodním případům. Tyto smlouvy zajišťuje advokátní kancelář formou paušálu, kdy na základě objemu smluvní dokumentace určuje i cenu. Další náklady jsou pak poštovné, které se také mění podle počtu uskutečněných případů.

**Tabulka 10: Přímé náklady na zprostředkovanou půjčku**

paušální zpracování smluv	
do 100 smluv	1 200 Kč / smlouva
100 až 200 smluv	1 000 Kč / smlouva
nad 200 smluv	800 Kč / smlouva
poštovní agenda	
náklady 1 obchodu	200 Kč

*Zdroj: Vlastní zpracování*

#### **4.3.1 Tržby**

Hlavním zdrojem tržeb společnosti Public Loan s.r.o. bude za zprostředkování půjček. Marže společnosti za zprostředkování půjčky je 7% z celkové poskytnuté částky. Kdy

4% hradí příjemce půjčky a 3% poskytovatel půjčky. Oproti konkurenci je to 3% rozdíl tudíž má společnost velkou šanci porazit svou konkurenci. Průměrná výše půjček v červnu 2013 činila 85 820 Kč.<sup>63</sup> Srovnáním konkurenčního portálu jsem došel k průměrné poskytnuté částce ve výši 82 121 Kč, což je velmi podobné jako republikový statistický průměr. Pro potřeby výpočtu tržeb beru v potaz částku nižší a průměrná zprostředkovatelská provize tedy vychází na 5748 Kč. Společnost se dobrovolně stává plátcem DPH proto je uvedená zprostředkovatelská provize uvedena včetně DPH. Průměrný počet zprostředkovaných půjček činí 132 měsíčně. S tímto počtem budu vycházet do výpočtu optimistické varianty.

#### Pesimistická varianta

Pro pesimistickou variantu zvažujeme průměrně 60 zrealizovaných obchodů při průměrné výši zprostředkovatelské provize 5748 Kč.

Měsíční tržba :  $60 \times 5748,- = 344\,880$  Kč vč. DPH

Roční tržba :  $12 \times 344\,880,- = 4\,160\,560$  Kč vč. DPH

#### Realistická varianta

Realistická varianta kalkuluje s počtem uskutečněných obchodů srovnatelným jako je průměr konkurenční společnosti, tedy 132, nicméně naše společnost nabízí nižší poplatek za poskytnutí, proto vidím toto číslo jako reálné.

Měsíční tržba :  $132 \times 5748,- = 758\,736$  Kč vč. DPH

Roční tržba :  $12 \times 758\,736 \text{ Kč} = 9\,104\,832$  Kč vč. DPH

---

<sup>63</sup> NOVINKY.CZ. finance. *Novinky.cz* [online] 2013 [cit. 2013-12-29]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/finance/303451-bez-ohledu-na-vysi-pujcky-chteji-lide-splacet-do-tri-tisic-korun-mesicne.html>

### Optimistická varianta

Optimistická varianta počítá s 200 uskutečněnými obchody měsíčně což vychází zhruba na 7 uskutečněných půjček a ani tohle číslo není dle mého názoru přemrštěné vzhledem k desítkám uzavřených obchodů u ostatních nebankovních společností.

Měsíční tržba :  $200 \times 5748,- = 1\,149\,600$  Kč vč. DPH

Roční tržba :  $12 \times 1\,149\,600$  Kč =  $13\,795\,200$  Kč vč. DPH

V následující tabulce je zpracován finanční plán pro 5leté období pro jednotlivé varianty odhadnutých tržeb. V plánu je zahrnuto každoroční zvyšování mezd o 5 % každý rok, růst tržeb pro jednotlivé varianty různý. U pesimistické varianty jsou to 3%, realistická varianta 5% a optimistická varianta 7%. S nárůstem tržeb souvisí i růst přímých nákladů, které rostou úměrně k tržbám. Společnost také u realistické a optimistické varianty každoročně zvyšuje marketingové výdaje o 10%, aby tím podpořili vývoj tržeb.

**Tabulka 11: Finanční plán pro prvních 5 let**

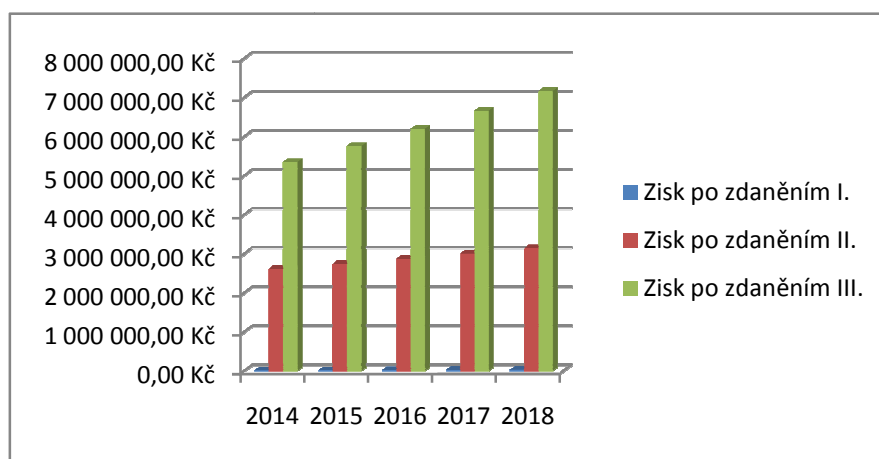
Finanční plán	2014	2015	2016	2017	2018
Tržby varianta pesimistická I.	4 138 560	4 262 717	4 390 600	4 522 318	4 657 988
Tržby varianta realistická II.	9 104 832	9 560 074	10 038 078	10 539 982	11 066 981
Tržby varianta optimistická III.	13 795 200	14 760 864	15 794 412	16 900 021	18 083 023
Tržby bez DPH ( 21% ) I.	3 420 298	3 522 907	3 628 595	3 737 453	3 849 577
Tržby bez DPH ( 21% ) II.	7 524 655	7 900 888	8 295 932	8 710 729	9 146 265
Tržby bez DPH ( 21% ) III.	11 400 992	12 199 061	13 053 233	13 966 960	14 944 647
Náklady celkem I.	3 404 400	3 558 960	3 723 643	3 899 233	4 086 597
Náklady celkem II.	4 297 200	4 516 560	4 749 888	4 998 178	5 262 519
Náklady celkem III.	4 796 400	5 088 720	5 402 016	5 737 867	6 097 994
Přímé náklady I.	1 008 000	1 038 240	1 069 387	1 101 469	1 134 513
Přímé náklady II.	1 900 800	1 995 840	2 095 632	2 200 414	2 310 435
Přímé náklady III.	2 400 000	2 568 000	2 747 760	2 940 103	3 145 910
Režijní náklady celkem	2 396 400	2 520 720	2 654 256	2 797 764	2 952 084
Nájem	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000

Energie	90 000	90 000	90 000	90 000	90 000
Mzdy ( včetně záloh pojištění)	1 286 400	1 350 720	1 418 256	1 489 164	1 563 624
Telefon + internet	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000
Marketing ( var. II. a III.)	600 000	660 000	726 000	798 600	878 460
Účetnictví	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Zisk před zdaněním I.	15 898	23 947	30 952	36 220	41 440
Zisk před zdaněním II.	3 227 455	3 384 328	3 546 044	3 712 551	3 883 746
Zisk před zdaněním III.	6 604 592	7 110 341	7 651 217	8 229 093	8 846 653
Daň z příjmu 19% I.	3021	4 550	5881	6 882	7 874
Daň z příjmu 19% II.	613 217	643 022	673 749	705 385	737 912
Daň z příjmu 19% III.	1 254 872	1 350 965	1 453 731	1 563 528	1 680 864
Zisk po zdaněním I.	12 877	19 397	25 071	29 338	33 566
Zisk po zdaněním II.	2 614 238	2 741 306	2 872 295	3 007 166	3 145 834
Zisk po zdaněním III.	5 349 720	5 759 376	6 197 486	6 665 565	7 165 789

Zdroj : Vlastní zpracování

Z výsledků je patrné, že podnikání ani v žádné z variant nedosahuje záporných výsledků. Navíc u reálné a optimistické varianty společnost generuje velmi slušný zisk a již po prvním či druhém roce by mohla expandovat na Slovensko, jelikož si bude schopna vygenerovat jak minimální zákonný fond, ale také finanční rezervu pro případ nenadálých problémů.

Graf 9: Vývoj čistého zisku



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu na kterém je vývoj čistého zisku lze vyčíst vzrůstající tendenci, které je u všech variant. U optimistické a realistické varianty je jedním z faktorů stále se zvyšující příspěvek na marketing společnosti. Zisk společnosti by šel dále zvýšit úpravou fixních režijních nákladů

### Rentabilita tržeb ROS

Z daných výsledků si můžeme vypočítat rentabilitu tržeb pro všechny tři varianty.

**Tabulka 12: rentabilita tržeb**

ROS	Rok				
	2014	2015	2016	2017	2018
Pesimistická varianta	0,38%	0,55%	0,69%	0,78%	0,87%
realistická varianta	34,74%	34,70%	34,62%	34,52%	34,39%
optimistická varianta	46,92%	47,21%	47,47%	47,72%	47,94%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z provedených výpočtů je patrné, že rentabilita tržeb je ve variantě pesimistické a optimistické vzrůstající. Pokles u realistické varianty, stejně tak jako u ostatních lze řešit například snížením nákladů. Jako nejjednodušší se jeví zakoupení vlastních prostor pro podnikání formou hypotečního úvěru. Při dobře zvolené výši úvěru se dá srazit platba za vlastní prostory na polovinu a ročně tak společnost ušetří 180 000 Kč za nájem. Hypoteční úvěr by společnost dle svých hospodářských výsledků mohla dosáhnout již druhým rokem své podnikatelské činnosti. Pozitivní je, že u všech variant je ukazatel kladný, navíc u realistické a optimistické varianty se jeví jako velmi dobrý, to je dáno zejména oborem podnikání, kdy společnost funguje jako kapitálově lehká a má velkou přidanou hodnotu na svých službách.

Pro zhodnocení efektivnosti investice jsem do tabulky 12 výpočtu CF nezahrnul počáteční hotovostní vklad. V tabulce 12 jsou vypočteny pro jednotlivé varianty hodnoty CF, které jsou následně kumulovány a tím tak zohledňujeme minulý vývoj. Pro získání obrazu o současné hodnotě vypočtené hodnoty CF diskontujeme.

**Tabulka 13: Peněžní toky pro jednotlivé roky**

Finanční plán	2014	2015	2016	2017	2018
Počáteční náklady	351 550				
Tržby varianta pesimistická I.	3 420 298	3 522 907	3 628 595	3 737 453	3 849 577
Tržby varianta realistická II.	7 524 655	7 900 888	8 295 932	8 710 729	9 146 265
Tržby varianta optimistická III.	11 400 992	12 199 061	13 053 233	13 966 960	14 944 647
Provozní náklady celkem I.	3 404 400	3 558 960	3 723 643	3 899 233	4 086 597
Provozní náklady celkem II.	4 297 200	4 516 560	4 749 888	4 998 178	5 262 519
Provozní náklady celkem III.	4 796 400	5 088 720	5 402 016	5 737 868	6 097 994
Daň z příjmu 19% I.	3021	4 550	5881	6 882	7 874
Daň z příjmu 19% II.	613 217	643 022	673 749	705 385	737 912
Daň z příjmu 19% III.	1 254 872	1 350 965	1 453 731	1 563 528	1 680 864
CF I.	12 877	19 397	25 071	29 338	33 566
CF II.	2 614 238	2 741 306	2 872 295	3 007 166	3 145 834
CF III.	5 349 720	5 759 376	6 197 486	6 665 565	7 165 789
Diskontní sazba 23%	0,813008	0,660982	0,537384	0,436897	0,355201
Diskontované CF I.	10 469	12 821	13 473	12 818	11 923
Diskontované CF II.	2 125 396	1 811 953	1 543 526	1 313 822	1 117 403
Diskontované CF III.	4 349 365	3 806 844	3 330 430	2 912 165	2 545 292
Diskontované kumulované CF I.	10 469	23 290	36 763	49 581	61 504
Diskontované kumulované CF II.	2 125 396	3 937 349	5 480 875	6 794 697	7 912 100
Diskontované kumulované CF III.	4 349 365	8 156 209	11 486 639	14 398 804	16 944 096
Do splacení varianta I.	-341 081	-328 260	-314 787	-301 969	-290 046
Do splacení varianta II.	1 773 846	3 585 799	5 129 325	6 443 147	7 560 550
Do splacení varianta III.	3 997 815	7 804 659	11 135 089	17 929 786	25 841 886

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Pro zhodnocení efektivnosti investice nebyly do tabulky 11 výpočtu CF zahrnuty počáteční hotovostní vklady. V tabulce 11 jsem vypočítal pro jednotlivé varianty hodnoty CF, které jsou následně kumulovány a je tak zohledněn minulý vývoj. Pro získání obrazu o současné hodnotě vypočtené hodnoty CF diskontuji.

### Čistá současná hodnota

Z tabulky 13 jsem spočítal čistou současnou variantu pro všechny tři varianty.

ČSH pesimistická = -280 047 Kč

ČSH realistická = 7 570 554 Kč

ČSH optimistická = 16 602 556 Kč

U pesimistické varianty vychází čistá současná hodnota záporně a proto by z hlediska investice pravděpodobně nebyl doporučen, protože doba za kterou se investované prostředky do projektu vrátí je delší než požadavek většiny investorů. U realistické a optimistické varianty je však čistá současná hodnota kladná, počáteční investice se vrátí již v prvních měsících projektu a proto budou tyto dvě varianty doporučeny k realizaci.

#### 4.3.2 Doba návratnosti

Udává investorovi představu, za jak dlouhou dobu se mu prostředky do investice vložené vrátí. Výpočet doby návratnosti byl spočítán dle vzorce uvedeného v příslušné kapitole z teoretické části a doba návratnosti pro pesimistickou, realistickou i optimistickou variantu jsou uvedeny v následující tabulce.

**Tabulka 14: Doba návratnosti investice**

Varianta	Roční zisk	Kapitálový výdaj	Doba návratnosti
pesimistická	24 050	341 550	14,2
realistická	2 876 168	341 550	0,11
optimistická	6 227 587	341 550	0,05

*Zdroj: Vlastní zpracování*

U pesimistické varianty je doba návratnosti zhruba 14 let, což nemusí být pro někoho přijatelné. Realistická a optimistická varianta splatí investici za měsíc a čtvrt a 20 dní. Vzhledem k nízké době návratnosti si společnost může dovolit větší investice, které povedou k navýšení zisku.

## Analýza bodu zvratu

$$Q(BZ) = \frac{F}{p-b}$$

$Q_{\text{pes.}} \approx 551$     $Q_{\text{real.}} \approx 527$     $Q_{\text{opt.}} \approx 504$

tržby bodu zvratu :

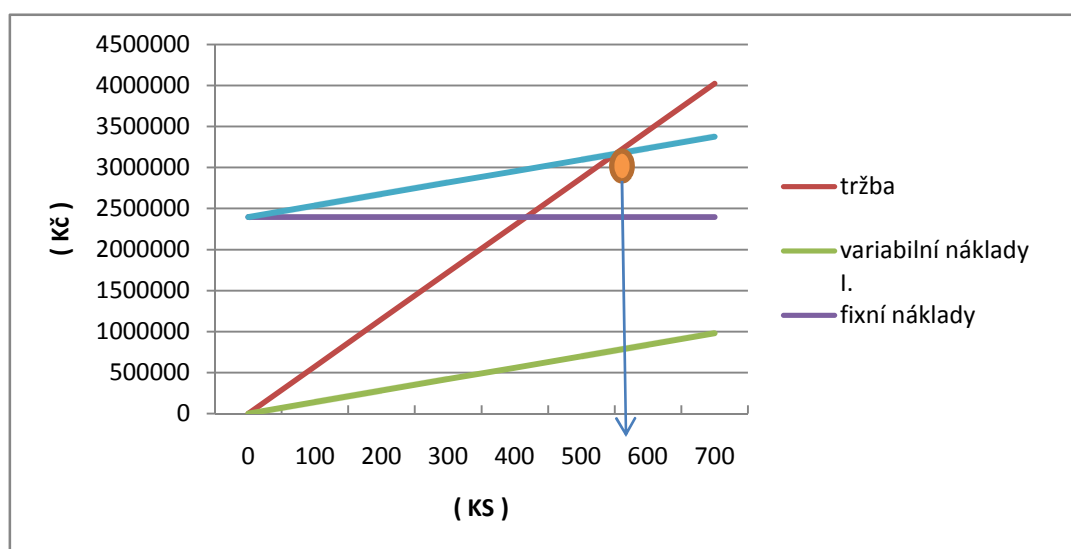
$$T(BZ) = v * Q(BZ) + F$$

$T(BZ)_{\text{pesimistické}} = 3\,167\,800 \text{ Kč}$

$T(BZ)_{\text{realistické}} = 3\,028\,800 \text{ Kč}$

$T(BZ)_{\text{optimistické}} = 2\,900\,400 \text{ Kč}$

Graf 10: Bod zvratu pesimistická varianta



Zdroj: Vlastní zpracování

Graficky znázorněný výpočet bodu zvratu platí pro pesimistickou variantu v prvním roce. Bod, kdy se náklady vyrovnají s tržbami je 551. Z toho vyplývá, že společnost by v pesimistické variantě dospěla k bodu zvratu za 9 měsíců. U realistické varianty je bod zvratu na 527 zprostředkovaných službách, z čehož vyplývá dosažení bodu zvratu za 4 měsíce. U optimistické varianty je bod zvratu při 504 zprostředkovaných službách. Společnost bodu zvratu dosáhne v této variantě za 2 a půl měsíce.



## 4.4 Hodnocení rizik

Žádný vznikající projekt se neobejde bez analýzy a vhodného návrhu řešení případných rizik. Nejprve provedu identifikaci rizik, poté zhodnotím pravděpodobnost vzniku a tvrdost jejich dopadu. Rizika jsou řazena dle důležitosti.

### Identifikace rizik

Pro identifikaci rizika jsem zvolil pravděpodobnost jeho vzniku se stupnicí (0;1) a tvrdost dopadu rizika v případě jeho vzniku v intervalu  $<0;5>$ .

#### 1) Riziko nově vznikající společnosti

Riziko spočívá obzvláště v poměrně velmi kritickém pohledu potencionálních klientů na všechny nově vznikající společnosti na poli spotřebitelských úvěrů a půjček. Ze startu nové společnosti jako takové nepovažuji za velké riziko vzhledem k dobrým zkušenostem zakládajícího jednatele v daném oboru a podnikání jako takovém.

Pravděpodobnost vzniku: 0,4

Tvrdost dopadu: 5

Riziko nedůvěry nelze nikdy předem eliminovat. Výhodou společnosti je její jednoduchost a transparentnost. Lidé nemusí volat na drahé telefonní linky, kde musí dlouhou dobu čekat na případné spojení a ještě za to zaplatí nemalé peníze. Tomuto však nově zabraňuje novela Zákona o spotřebitelském úvěru 43/2013 Sb. o konkrétních změnách se zmiňuji v teoretické části. Společnost spoléhá na články v médiích, které v podstatě udělají portálu reklamu. Nehledě na to společnost za pomoci marketingových specialistů plánuje vynaložit nemalé finanční prostředky na marketing, který by měl nastartovat poptávku lidí po zprostředkování aukce. Ze strany personálního má společnost slušné předpoklady díky zkušenostem jednatele Marka Hadače jak s bankovní, tak i nebankovní sférou a díky poměrně slušným kontaktům ze současného zaměstnání má i slušné podmínky pro svůj začátek. Zejména pak díky právnímu a marketingovému zázemí. Taktéž slušná bonita umožňuje získat počáteční úvěr na rozběhnutí podnikání.

## **2) Nedostatek klientů – neodhadnutí poptávky**

V době šetření a různých vládních či nevládních zásahů do ekonomiky a naše ekonomika se tváří, jakoby lidé neměli finanční prostředky, opak je však pravdou, je třeba lidi podpořit ve spotřebě, aby tak pomohli i celé naší ekonomice.

Pravděpodobnost vzniku: 0,5

Tvrdost dopadu: 5

Společnost pravděpodobně nebude mít nouzi o klienty poptávající půjčku. Nicméně je třeba získat i investory, kteří budou ochotni své peníze poskytovat. V období, kdy se naše republika zmítá v začarovaném kruhu a ekonomika se dosud nerozběhla, jak tomu bylo před krizí lidé příliš nechtějí své peníze dávat z ruky avšak podmínky zhodnocení jejich prostředků, které poskytují banky jsou dle mého názoru směšné. Pokud se vydají na trh kapitálových trhů, tak se můžou dostat na tenký led, jelikož trhy reagují podle sebe a ne podle toho, jak chce klient. V tomto mají klienti obrovskou výhodu, jelikož i zde se dá eliminovat poměrně slušně riziko a pravděpodobnost vymožení prostředků v případě nesplacení je podstatně vyšší než pravděpodobnost získání prostředků investovaných do insolventní společnosti. Další výhodou oproti konkurenci jsou prokazatelně nižší náklady na trhu než u jiných společností, které tuto službu nabízejí. Navíc ze srovnání poskytovatelů nebankovních úvěrů vychází aukční zprostředkovatelé jako jedni z nejlepších.

## **3) Vymahatelnost pohledávek**

Pravděpodobnost vzniku: 0,2

Tvrdost dopadu: 4

Problémem by mohla být případná vymahatelnost pohledávek ze strany věřitelů. Společnost má však díky svému externímu právnímu oddělení zajištěno i vymáhání pohledávek. Navíc je možné ve smlouvách využít rozhodčích doložek, tudíž se zkrátí rozhodování o vymáhání pohledávky a přistoupí se k exekuci. Na rozdíl od kapitálových trhů, kde společnosti ručí svým majetkem a po zániku již není možné dluhy vymáhat, tak u lidí je možnost vymáhat v podstatě po celou délku života případně i na potomcích dlužníků. Tudíž se dá pohledávka vymáhat v podstatě pořád a také se dá

odprodat například faktoringovým společností za poměrnou část odpovídající pravděpodobnosti vymožení.

#### **4) Legislativní změny**

Pravděpodobnost vzniku: 0,3

Tvrdost dopadu: 3

Česká republika zažívá za posledních několik let velké změny v oblasti soukromého práva, konkrétně pak u spotřebitelských smluv a nebankovních úvěrů jako takových. Naší společnosti se aktuální změny spojené s Novelou zákona o spotřebitelském úvěru a Novým občanským zákoníkem vstupujícím v platnost od ledna 2014 příliš nedotknou. Vlastně jí odpadnou nekalí konkurenti a má možnost zvýšit svůj tržní podíl. Do budoucna však nelze příliš predikovat další legislativní úpravy případně jejich dopad. Jak už bylo řečeno, poslední dobou se zákony v této problematice hodně měnily hlavně díky podomním prodejcům spotřebního zboží, tzv. „Šmejdům“<sup>64</sup>. Současné změny v zákonech se však týkaly hlavně jednotlivých spotřebitelských smluv, ne odvětví nebankovních půjček jako takového.

#### **5) Konkurence**

Pravděpodobnost vzniku: 0,3

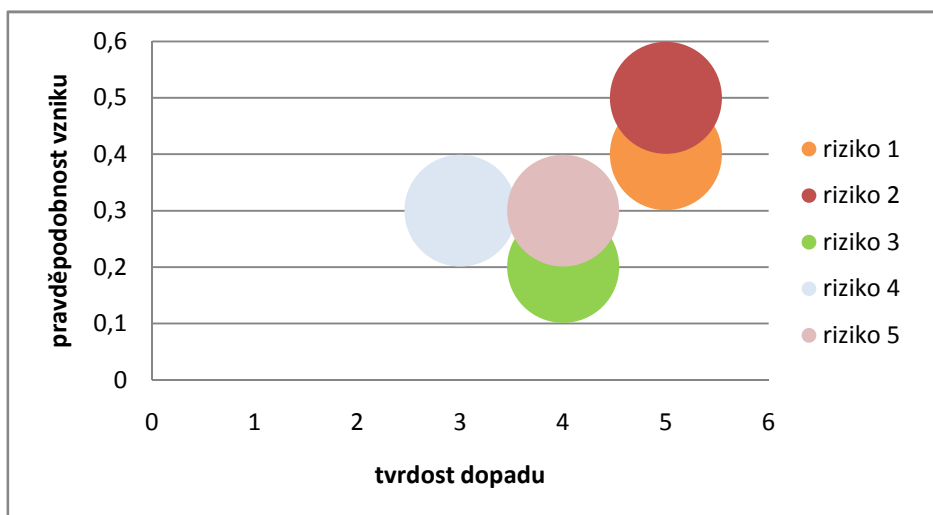
Tvrdost dopadu: 4

Možnost konkurence je velký problém téměř každého odvětví. Záleží většinou na překážkách vstupu do daného sektoru. V našem případě není mnoho překážek, které by vstupu konkurence bránily. Nicméně vzhledem k ojedinělosti projektu je velká šance získat velký tržní podíl a zajistit si tak dobrou výchozí pozici pro případ vstupu konkurenčních společností. Velkou výhodou je vstup na Slovenský trh, kde tato služba ještě není a vzhledem k malým odlišnostem jak jazykovým, tak legislativním není problém expandovat i na slovenský trh.

---

<sup>64</sup> CESKA TELEVIZE. Pořady. [ceskatelevize.cz](http://ceskatelevize.cz) [online] 2013 [cit. 2013-12-23]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10536031201-smejdi/>

**Graf 11: Míra rizik**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

V grafu 11 vidíme všechny výše uvedená rizika podle pravděpodobnosti vzniku a jejich dopadu. Nutno podotknout, že největší rizika a to zejména riziko neúspěchu se pojí se všemi začínajícími společnostmi, tudíž největším rizikem společnosti jako takové je nedostatek klientely. Naštěstí to je riziko, které se dá vhodnou marketingovou strategií eliminovat. Shrnu-li hrozby, které společnost mohou ohrozit, jedná se téměř o stejné hrozby, jako hrozí většině začínajících společností.

## 4.5 Zhodnocení investice

Zhotovené analýzy a návrhová část můžeme použít ke komplexnímu zhodnocení možnosti projektu v reálném prostředí využít.

Analytická část nám jasně ukázala možný potenciál daného segmentu. Díky zásahům ze strany státu rostou příležitosti, jelikož konkurence reálně ubývá. Za silné stránky společnosti lze považovat zejména jedinečnost na trhu, nízké náklady na provoz a neustále vzrůstající trh úvěrů a půjček. Mezi slabé stránky naopak patří úzká orientace a to na uživatele internetu a také možná počáteční nedůvěra lidí. Tyto slabé stránky nelze eliminovat, nicméně nedůvěru lze omezit vhodnou reklamní kampaní a fungujícím systémem. Podnikání využije marketingu na známých serverech a každoročně bude tyto marketingové náklady zvyšovat v realistické a optimistické variantě. Abych zjistil, co nejvíce u půjček zákazníci zajímá, dotázal jsem několik set respondentů, závěry z tohoto dotazníkového šetření jsou uvedeny v příslušné kapitole.

Pro posouzení projektu jsem zpracoval finanční plán pro varianty pesimistické, optimistické a realistické, aby bylo zřejmé, za jakých podmínek má podnikání reálnou šanci na úspěch. Zhodnotil jsem efektivnosti investic pomocí ukazatele doby návratnosti a čisté současné hodnoty při požadované výnosnosti 23 %. Tuto požadovanou výnosnost jsem porovnal s výnosnostmi, kterou dosahujeme v naší realitní společnosti při zhodnocování finančních prostředků formou výkupů či půjček.

Všechny tři varianty jsou z ekonomického hlediska výhodné, jde jen o to, jakou požadují případní investoři návratnost svých prostředků. Pokud shrnu zisky pro první rok podnikatelské činnosti, tak jak varianta realistická 2 614 238 Kč, tak varianta optimistická 5 349 720 Kč splatí veškeré závazky během prvního roku. Varianta pesimistická tvoří v prvním roce zisk 12 877 Kč, a i to je slušný výsledek, za předpokladu, že jednatel a jediný vlastník společnosti je zde zaměstnaný a vyplácí si měsíční mzdu. Mezi největší rizika, která mohou společnost postihnout patří riziko nově vznikající společnosti, nedostatek klientů či strach z vymahatelnosti případných pohledávek. Všechny rizika byly zhodnoceny z hlediska pravděpodobnosti vzniku, tvrdosti dopadu a podány návrhy na eliminaci či případné zmírnění tvrdosti dopadu.

Celkově se zvolená koncepce podnikání jeví ze všech ohledů jako proveditelná a mohla by být doporučena k realizaci.

## ZÁVĚR

Na základě výpočtů, které byly provedeny pro tři různé scénáře vývoje, se realizace podnikatelského plánu jeví jako velice zajímavá příležitost k vydělávání peněz, na druhé straně také velice riziková. Z hlediska variant vidíme, že všechny tři varianty jsou v zisku a to je pozitivní pro případné investory. Samotná realizace podnikatelského plánu na založení společnosti provozující aukční portál na zprostředkování nebankovních půjček mezi lidmi nevyžaduje vysoké počáteční náklady, v případě, že vezmeme v úvahu, že samotné půjčování finančních prostředků je mezi žadatelem o půjčku a investorem.

Cílem podnikatelského záměru pro založení zprostředkovatelské společnosti Public Loan s.r.o. bylo sestavit podnikatelský plán, na základě teoretických podkladů z první části této diplomové práce. Podnikatelský plán obsahuje analýzu finančních výkazů, ukazatelů rentability tržeb a čisté současné hodnoty, na základě kterých je možné posoudit, zda má smysl do projektu na zprostředkování půjček investovat. Pro účel doporučení investice jsem sestavil tři scénáře možného vývoje pro prvních pět let podnikatelské činnosti. Následně jsem vyhodnotil tyto scénáře pomocí ukazatelů rentability, čisté současné hodnoty, doby návratnosti a bodu zvratu.

První část mé práce tedy obsahuje teoretický návod pro sestavení podnikatelského plánu. Najdeme zde popis struktury a účely sestavení podnikatelského plánu. Na základě těchto informací by mělo být možné sestavit podnikatelský plán, který bude splňovat všechna kritéria a požadavky.

Druhá část této diplomové práce popisuje konkrétní podnikatelský záměr na založení aukčního portálu [www.pujcky-lidem.cz](http://www.pujcky-lidem.cz) který bude zprostředkovatelem mezi poptávkou a nabídkou finančních prostředků. Dílčím krokem byla analýza konkurence, kdy jsem na modelovém případě spočítal náklady spojené s půjčkou u největších českých poskytovatelů nebankovních půjček a následně zjistil, jak si mezi konkurencí stojí naše plánovaná služba.

Důležitá součást byla analýza faktorů rizik. Pro tyto účely jsem využil zejména SWOT analýzu, dále jsem popsal způsob získávání klientů a nastínil možnosti propagace, cenovou politiku a případný budoucí vývoj. Díky analýze bodu zvratu a

výpočtu doby návratnosti jsem byl schopený stanovit výhodnost realizace jednotlivých variant. Hlavní praktická část tedy obsahuje vytvoření kalkulace pro predikovaný počet zprostředkovaných půjček za jeden měsíc a následně i celý rok, s celkovými provozními náklady a tržbami.

K podnikatelskému plánu jsem sestavil tři varianty budoucího vývoje, které popisují finanční vývoj společnosti v případě neočekávaných a nepředvídatelných situací. Podle hodnot, které byly předpokládány pro jednotlivé scénáře vývoje, jsou všechny varianty proveditelné. Díky možné redukci nákladů, lze i z pesimistické varianty udělat slušný podnikatelský plán. Návratnost investice dle čisté současné hodnoty je u střední varianty v horizontu necelých dvou měsíců. U optimistické varianty je to pak necelý měsíc, i když je jasné, že počáteční měsíce nemusí být tak dobré, jak bych si představoval. Stejně tak dojde k návratnosti hned v průběhu prvního roku projektu.

Čas věnovaný tvorbě diplomové práce považuji za velice hodnotný, protože jsem se v průběhu realizace dostal do kontaktu s velkou spoustou obyvatel, kteří pravidelně řeší svou finanční situaci a díky jejich názorům a nápadům mohla vzniknout tato diplomová práce, která by mohla být stručným návodem pro realizaci tohoto podnikatelského plánu.

# POUŽITÉ ZDROJE

## Odborné publikace

- 1) FIALA, P. *Aukce: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2012. 178 s. ISBN 978-80-7431-099-7.
- 2) FOTR, J. *Jak připravit optimální podnikatelský projekt*. Praha: Eurovia, 1993, 117 s. ISBN 80-901-1860-7.
- 3) FOTR, J. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- 4) FOTR, J. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 381 s. ISBN 978-80-247-3985-4.
- 5) HANZELKOVÁ, Alena. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2009, xix, 170 s. ISBN 978-80-7400-120-8.
- 6) HULL, J. *The evaluation of risk in business investment*. 1st ed. New York: Pergamon Press, 1980, 177p. ISBN 00-802-4074-7.
- 7) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: [strategie a trendy]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 198 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- 8) KAPLAN, M. a J. ZRNÍK. *Firemní nákup a e-aukce*. Praha: Grada Publishing, 2007, 280 s. ISBN 978-80-247-2002-9.
- 9) KEŘKOVSKÝ, M a LUŇÁČEK, J. *Úvod do mikroekonomie: s využitím prvků distančního studia*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2012, xvi, 197 s. ISBN 978-80-7179-365-6.
- 10) KOCIANOVÁ, R. *Personální činnosti a metody personální práce*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2497-3.
- 11) KONEČNÝ, M. a LUŇÁČEK, J. *Controlling: studijní text pro kombinovanou formu studia*. Vyd. 4. přeprac. /. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007, xvi, 197 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-214-3346-5.
- 12) KORÁB, V. a kol. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.



- 13) O'BRIEN, James Jerome a Fredric L PLOTNICK. *CPM in construction management*. 7th ed. New York: McGraw-Hill, c2010, xxi, 711 p. ISBN 978-007-1636-643.
- 14) ONDŘEJ, Jan. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, c2013, xvi, 365 s. ISBN 978-80-7400-446-9.
- 15) REŽŇÁKOVÁ, M. Finanční management II. Akademické nakladatelství CERM, 2005, 119s. ISBN 80-214-3035-4.
- 16) SRPOVÁ, J. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
- 17) SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. Základy podnikání. Praha, Grada Publishing, 2010, 427s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- 18) ŠIMÁNKOVÁ, J. a P. SYROVÝ. Jak na úvěry. Praha: ASPI, 2004. ISBN 80-7357-015-7.
- 19) STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2007, xiv, 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- 20) SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. s.353. ISBN 80-247-1501-5.
- 21) VEBER, J. Podnikání malé a střední firmy. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 304 s. ISBN 80-247-1069-2.
- 22) VEBER, J, SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
- 23) WESTWOOD, John. *The marketing plan: a step-by-step guide*. 3. ed. London: Kogan Page, 2002, 219p. ISBN 07-494-3748-0.
- 24) ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing obchodní firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. s.232. ISBN 978-80-247-2049-4.

## Internetové zdroje

- 25) BEZOUŠKA, P. *Ochrana slabší strany při smlouvách uzavíraných adhezním způsobem*. [online]. Zprávy,ihned.cz, 2012.[cit. 2013-11-04]. Dostupný z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-58946950-ochrana-slabsi-strany-pri-smlouvach-uzaviranych-adheznim-zpusobem>.
- 26) BEZOUŠKA, P. *Co je to adhezní smlouva?* [online]. Zprávy,ihned.cz, 2013.[cit. 2013-11-04]. Dostupný z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-58789880-co-je-to-adhezni-smlouva>.
- 27) BRUNER, Š. Počítače už patří k životu dvou třetin domácností. [online]. *Zpravy.e15.cz* 2013 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/ekonomika/pocitace-uz-patri-k-zivotu-dvou-tretin-domacnosti-1042123>.
- 28) BUCHTÍK, M. *Názory obyvatel na zadlužení a přijatelnost půjček* [online] *Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.* 2011. [cit. 2013-11-03]. Dostupný na WWW:<[http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/101119s\\_er110315.pdf](http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/101119s_er110315.pdf)>.
- 29) BUCHTÍK, M. *Názory obyvatel na přijatelnost půjček - leden 2013*. [online]. *Centrum pro výzkum veřejného mínění - Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.* 2013 [cit. 2014-01-14]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/ekonomicke-ostatni/nazory-obyvatel-na-prijatelnost-pujcek-leden-2013>
- 30) GOLLA, P. *Korupce v Evropě neklesá!*. [online]. *Finance.cz* 2008 [cit. 2014-12-30]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/196080-korupce-v-evrope-neklesa/>
- 31) KOKEŠ, J. *Ochrana spotřebitele a nekalé obchodní praktiky*. [online]. *Investujeme.cz* 2009.[cit. 2013-11-06]. Dostupný z: <http://www.investujeme.cz/ochrana-spotrebitele-a-nekale-obchodni-praktiky/>.
- 32) LYSONĚK, P. *Přísná kritéria bank jsou brzdou. Záchrannou. Přísná kritéria bank jsou brzdou. Záchrannou* [online]. *mesec.cz* 2008 [cit. 2014-01-04]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/clanky/prisna-kriteria-bank-jsou-brzdou-zachrannou/>.
- 33) NOVÁK, M. *Před rokem v Česku propukla metanolová aféra; má 47 obětí*. [online]. *ČTK* 2013 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z:

<http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pred-rokem-v-cesku-propukla-metanolova-afera-ma-47-obeti/978919>

- 34) *SWOT analýza odhalí pravou tvář Vaší společnosti* [online] podnikatel.cz, 2012 [cit. 11. 3. 2013]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html>.
- 35) TŮMA, O. *Registry dlužníků: Máte se čeho bát?* [online]. *Penize.cz*. 2013 [cit. 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.penze.cz/financni-poradenstvi/252445-registry-dluzniku-mate-se-ceho-bat>
- 36) VAVRUŠÁK, J. *Typický dlužník? Muž středního věku s dluhem 83 tisíc.* [online]. *Denik.cz*. 2013 [cit. 2013-12-31]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/ekonomika/typicky-dluznik-muz-stredniho-veku-s-dluhem-83-tisic-20131216.html>
- 37) ZEMÁNEK, J. *Hypoteční krize v USA. Příčiny, průběh, následky.* [online]. *Euroekonom.cz*. 2008 [cit. 2013-12-27]. Dostupné z: <http://www.euroekonom.cz/analyzy-clanky.php?type=jz-usa-hypoteky>

### **Konkrétní webová stránka**

- 38) BANKERAT. Seznam aukcí. *Bankerat.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupný z: <https://www.bankerat.cz/seznam-zadosti/detail-zadosti/ap1029688/>.
- 39) ČESKA TELEVIZE. Pořady. *ceskatelevize.cz* [online] 2013 [cit. 2013-12-23]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10536031201-smejdi/>.
- 40) CNB. Jak jsou na tom banky? *Cnb.cz*. [online]. 2013 [cit. 2013-12-29]. Dostupné z: [http://www.cnb.cz/cs/faq/jak\\_jsou\\_na\\_tom\\_banky.htm](http://www.cnb.cz/cs/faq/jak_jsou_na_tom_banky.htm)
- 41) Cofidis. Úvěr na cokoliv. *Cofidis.cz* [online] 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: <http://www.icofidis.cz/uver-na-cokoliv/>.
- 42) COOLPUJCKA. *Nyní máte možnost požádat o vymazání z registru dlužníků.* *coolpujcka.cz* [online]., 2013 [cit. 2014-12-29]. Dostupné z: <http://www.coolpujcka.cz/rady-a-navody/nyni-mate-moznost-pozadat-o-vymazani-z-registru-dluzniku/>.
- 43) HOME CREDIT. Vrácení úroků. *Homecredit.cz* [online] 2013 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: <http://www.homecredit.cz/polovina-uroku-zpet/>.

- 44) NOVINKY.CZ. finance. *Novinky.cz* [online] 2013 [cit. 2013-12-29]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/finance/303451-bez-ohledu-na-vysi-pujcky-chtejilide-splacet-do-tri-tisic-korun-mesicne.html>.
- 45) PUJCKORADCE. Zkušenosti s Bankerat.cz – rozhovor s investorem.. *Pujckoradce.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-12-31]. Dostupné z: <http://www.pujckoradce.cz/zkusenosti-s-bankerat-cz-rozhovor-s-investorem/>
- 46) WIKIPEDIA. Virální marketing. *Cs.wikipedia.org* [online]. 2013 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD\\_marketing](http://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD_marketing).

## Seznam použitých zkratk

PERT - Program Evaluation and Review Technique

CPM - Cost per mile

SWOT - Strenghts Weaknesses Opportunities Threats

4P - Product Price Promotion People

ČSH – Čistá současná hodnota

BEP - Break even point

ČNB – Česká národní banka

SOLUS - Sdružení na Ochranu Leasingu a Úvěru Spotřebitelům

BRKI - Bankovní registr klientských informací

NRKI - Nebankovní registr klientských informací

AdWords – marketingová aplikace google

CVVM – Centrum pro výzkum veřejného mínění

CEE – Centrální evidence exekucí

SIPO - Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva

## Seznam grafů

Graf 1: Půjčování peněz v určitých případech.....	34
Graf 2: Současná míra zadlužení běžných občanů ČR.....	35
Graf 3: Přijatelnost půjček v konkrétních případech .....	36
Graf 4: Vzdělání respondentů .....	52
Graf 5: Věk dotázaných respondentů.....	52
Graf 6: Průměrná čistá mzda mezi dotazovanými .....	53
Graf 7: Vyhodnocení dotazníkového šetření .....	54
Graf 8: Vývoj čistého zisku .....	68
Graf 9: Bod zvratu pesimistická varianta .....	72
Graf 10: Míra rizik.....	76

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Popis podniků .....	15
Tabulka 2:Nabídka úvěrů nebankovních společností .....	50
Tabulka 3: Zahajovací rozvaha.....	61
Tabulka 4: Zřizovací náklady .....	62
Tabulka 5: Náklady na vybavení .....	62
Tabulka 6: financování podnikatelského plánu .....	63
Tabulka 7: Počáteční marketingové náklady .....	64
Tabulka 8: Mzdové náklady .....	64
Tabulka 9: Provozní náklady .....	65
Tabulka 10: Přímé náklady na zprostředkovanou půjčku.....	65
Tabulka 11:Finanční plán pro prvních 5 let.....	67
Tabulka 12: rentabilita tržeb .....	69

Tabulka 13: Peněžní toky pro jednotlivé roky .....	70
Tabulka 14: Doba návratnosti investice.....	71

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník .....	87
Příloha 2: Výsledky dotazníkového šetření .....	88
Příloha 3: Dotazy na využití aukce půjček .....	89
Příloha 4: Tabulka pro výpočet doby zvratu.....	90
Příloha 5: Nabídka řešení aukčního portálu.....	90

## Přílohy

### Příloha 1: Dotazník



Dobrý den,

V rámci našeho interního průzkumu se chceme dotázat na otázky ohledně úvěrů. Jedná se o anonymní dotazník sloužící k rozvoji našich podnikatelských aktivit. Prosím o vyplnění pravdivými údaji, vybyl tento průzkum relevantní.

Děkujeme.

Pohlaví: ☐ muž ☐ žena

Věk: ☐ 18 – 25 ☐ 25 – 40 ☐ 40 – 65 ☐ nad 65

Vzdělání: ☐ Základní ☐ středoškolské ☐ vyšší odborné ☐ vysokoškolské

Čistý příjem: ☐ do 10 000 Kč ☐ 10 000 – 20 000 Kč ☐ 20 000 – 30 000 Kč ☐ 30 000 – 50 000 Kč  
☐ Nad 50 000 Kč

Na následující otázky prosím odpovídejte těmito možnostmi: velmi důležité, spíše důležité, méně důležité, nedůležité, nevím

1. Výše měsíční splátky .....
2. Výše úrokové míry .....
3. Výše RPSN .....
4. Poplatek za vyřízení půjčky .....
5. Poplatek za vedení půjčky .....
6. Další náklady spojené s půjčkou .....
7. Celková částka zaplacená za půjčku .....
8. Možnost předčasného splacení půjčky zdarma .....
9. Výše penále a pokut .....

**DĚKUJEME ZA SPOLUPRÁCI**

**Příloha 2: Výsledky dotazníkového šetření**

Pohlaví	Počet respondentů	Procentní podíl
Žena	82	59,85 %
Muž	55	40,15 %

Vzdělání	Počet respondentů	Procentní podíl
Základní	11	3,38%
Středoškolské	204	62,77%
Vyšší odborné	6	1,84%
Vysokoškolské	104	32,01%

Věk	Počet respondentů	Procentní podíl
18-25 let	54	16,61%
25 - 40 let	139	42,77%
40 - 65 let	122	37,54%
nad 65 let	10	3,08%

Výše čistého příjmu	Počet respondentů	Procentní Podíl
Do 10 000 Kč	57	17,54%
10 000 - 20 000 Kč	181	55,70%
20 000 - 30 000 Kč	65	20%
30 000 - 50 000 Kč	16	4,92%
nad 50 000 Kč	6	1,84%



hodnocená kritéria	Velmi důležité	%	Spíše důležité	%	Méně důležité	%	Nedůležité	%	Nevím	%
Výše měsíční splátky	238	63%	67	20,61%	12	3,69%	4	1,23%	4	1,23
Výše úrokové míry	204	62,77%	90	27,68%	26	8%	0	0%	5	1,53
Výše RPSN	185	56,73%	57	17,53%	42	12,92%	6	1,84%	35	10,77
Poplatek za vyřízení půjčky	124	38,15%	113	34,77%	76	23,28%	10	3,07%	2	0,61
Poplatek za vedení půjčky	140	43,07%	100	30,77%	65	20%	13	4%	7	2,15
Další náklady spojené s půjčkou	132	40,61%	107	32,92%	71	21,84%	3	6,72%	12	3,69
Celková částka zaplacená za půjčku	268	82,46%	54	16,61%	2	0,61%	1	3,07%	0	0
Možnost předčasného splacení půjčky zdarma	119	36,61	82	25,23%	55	16,92%	46	14,15%	23	3,38
Výše penále a pokut	159	48,92 %	97	29,83	48	14,76 %	11	3,38%	10	3,07

**Příloha 3: Dotazy na využití aukce půjček**

	Ano	Ne	Nevím
Slyšeli jste už někdy o aukčním portále?	3	90	7
Může být půjčka od fyzické osoby výhodnější než od společnosti?	35	29	36
Zkusili byste aukci půjček kdyby jste získali stejné nebo výhodnější podmínky?	69	22	9

**Příloha 4: Tabulka pro výpočet doby zvratu**

množství	0	100	200	300	400	500	600	700
tržba	0	574 800	1 149 600	1 724 400	2 299 200	2 874 000	3 448 800	4 023 600
variabilní náklady I.	0	140 000	280 000	420 000	560 000	700 000	840 000	980 000
variabilní náklady II.	0	120 000	240 000	360 000	480 000	600 000	720 000	840 000
variabilní náklady III.	0	100 000	200 000	300 000	400 000	500 000	600 000	700 000
fixní náklady	2 396 400	2 396 400	2 396 400	2 396 400	2 396 400	2 396 400	2 396 400	2 396 400
celkové náklady I.	2 396 400	2 536 400	2 676 400	2 816 400	2 956 400	3 096 400	3 236 400	3 376 400
celkové náklady II.	2 396 400	2 516 400	2 636 400	2 756 400	2 876 400	2 996 400	3 116 400	3 236 400
celkové náklady III.	2 396 400	2 496 400	2 596 400	2 696 400	2 796 400	2 896 400	2 996 400	3 096 400

**Příloha 5: Nabídka řešení aukčního portálu**

## **Etapy realizace**

### **1) Analýza řešení**

Aby mohla být provedena úspěšná realizace, je potřeba provést kompletní analýzu, díky které zjistíme přesnou podobu jednotlivých funkcí, datových struktur a chování systému. Analýza nám také odhalí přesnou cenu a datum realizace.

### **2) Vývoj systému a grafické práce**

Během grafických prací bude probíhat i vývoj systému, na který se schválený grafický návrh bude implementovat. Programátorské i grafické práce budou probíhat podle analýzy řešení.

### **3) Implementace vzhledu**

Tato etapa se může provádět i během programátorských úprav systému. Vše je

prováděno podle nejmodernějších standardů:

- META TAGY (vše možno zkontrolovat ve zdrojovém kódu):
  - o TITLE (obsah "hlavičky" - individuálně se mění dle stránky).
  - O DESCRIPTION (popis stránky - individuálně se mění dle stránky).
  - o KEYWORDS ("napojení na klíčová slova").
- **Čistá URL adresa** v základu (nahrazení číselných zkratk a čísel (tzv. parametry) ve stavovém řádku prohlížeče psaným textem).
- Struktura stránek (nadpisy H1 až H6).
- Odstavce a sémantika (formátování).
- Čistý a **validní kód** dle evropských standardů W3C.
- Deklarace dokumentů robots.txt pro **všechny roboty vyhledávačů** v ROOT.
- Sitemap.xml pro roboty v ROOT.
- Zanesení do GOOGLE TOOLS a tam také spravováno (nástroj pro indexaci stránek atd.).
- Použití **oddělených kaskádových stylů** CSS a používání LAYOUTŮ.
- Využití **nejmodernějšího kódování** XHTML.
- Jednoduchá tvorba zpětných odkazů pro libovolné podstránky.

#### **4) Propagace hotového řešení**

Po realizaci systému bude potřeba důkladně kontrolovat jednotlivé statistiky přístupů a chování návštěvníků na portálu. Případné množství návštěvníků lze podpořit proklikovými kampaněmi jak ve vyhledávačích, tak i sociálních sítích.

#### **Analýza klíčových slov**

Podrobná analýza zjistí jednotlivé vyhledávané fráze s maximálním ohledem na Long tail, tj. necílení na slovo zájezd, ale na konkrétní frázi a nabídnutí ji co nejrelevantnějšího výsledku, pro maximalizaci konverzního poměru.

## Správa PPC kampaní

Zaručení návštěvnosti ze slov, které jsou momentálně nedostupná v neplacené části vyhledávačů Seznam a Google docílíme vhodným nastavením kampaní a neustálé kontroly konkurence. Doporučený kredit je v rozmezí 50.000 – 60.000 Kč. Měsíční kredit se bude v delším období zvyšovat vlivem dosažení větší návštěvnosti 66 000 (2015), 72 000 (2016), 84 000 (2017), 96 000 (2018).

## Reporting výsledků

Každý měsíc bude i reporting dosažených výsledků, který obsahuje:

Počet získaných přístupů

Průměrný počet procházení stránek pro danou kampaň

Získaný počet interakcí

## Cenová Nabídka

Název etapy	Popis etapy	Cena
Analýza řešení	Zpracování vstupní analýzy a business logiky	12.000 Kč
Grafické práce	Přibližná cena grafických prací	17.000 Kč
Programátorské práce	Front end (veřejná část)	23.000 Kč
	Backend (administrace)	15.000 Kč
Implementace vzhledu	Kodérské práce, optimalizace, vzhled emailů	14.000 Kč
<b>Cena celkem</b>		<b>81.000 Kč</b>

## Struktura marketingových nákladů

Název	Popis	Cena
Analýza	Klíčová slova, konkurence, struktura propagace	8 500 Kč/měs
Kompletní správa	Správa kampaní, sociálních sítí, reporting	7 500 Kč/měs
Kredit	Pro PPC kampaně, srovnávací katalogy pro rok 2014	55 000 Kč/měs

## Ostatní

Název	Popis	Cena
Virtual server	1 měsíc, dostatek výkonu a prostoru	1.500 Kč
Doména	1 rok	500 Kč

## Hodinová sazba

Název pozice	Sazba	Cena
Analytik	Hodinová sazba	600,00 Kč
Grafik	Hodinová sazba	600,00 Kč
Kodér	Hodinová sazba	500,00 Kč
Programátor	Hodinová sazba	600,00 Kč

*\*ceny jsou uvedeny bez DPH*

### Kontakt:

**Radek Šmýd**

*Projektový manager*

**Kelio s.r.o.**

Maničky 12

616 00 Brno

*Telefon: +420 777 065 476*

*E-mail: radek.smyd@kelio.cz*

